



# **GRADO EN TURISMO**

## **Trabajo Fin de Grado**

**Curso académico 2015/16**

**AUTOR:**

**ARANCHA COBO HERRERO**

**TITULO:**

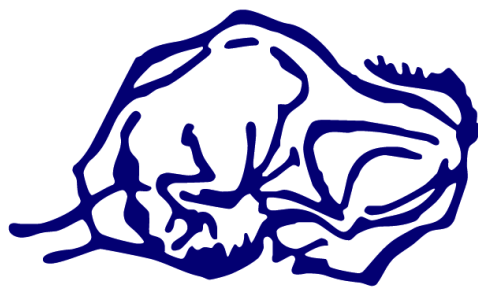
**EL SOBAO PASIEGO DE SELAYA: PRODUCTO TURÍSTICO  
REGIONAL**

**TITLE:**

**THE SOBAO PASIEGO OF SELAYA: REGIONAL TOURISM  
PRODUCT**

**DIRECTOR:**

**IGNACIO SARIEGO LÓPEZ**



# altamira

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO

## GRADO EN TURISMO

### Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2015/16

Fecha de entrega: 15/06/2016

---

**AUTOR: ARANCHA COBO HERRERO**

**TITULO: EL SOBAO PASIEGO DE SELAYA: PRODUCTO  
TURÍSTICO REGIONAL**

**DIRECTOR: IGNACIO SARIOGO LÓPEZ**

---

#### TRIBUNAL:

**Nombre:**

**Firma:**

**Nombre:**

**Firma:**

**Nombre:**

**Firma:**

---

*En Santander a:*

## Índice

SUMARIO.....	2
ABSTRACT.....	2
1. INTRODUCCIÓN.....	3
1.1. FINALIDAD Y MOTIVOS.....	4
1.2. OBJETIVOS.....	5
1.3. ESTADO DE LA CUESTIÓN Y MARCO TEÓRICO.....	5
1.3.1. LA GASTRONOMÍA COMO PRODUCTO TURÍSTICO EN ESPAÑA.....	8
1.3.2. LA GASTRONOMÍA COMO PRODUCTO TURÍSTICO EN CANTABRIA.....	9
1.4. METODOLOGÍA: ESTRUCTURA DEL TRABAJO.....	11
2. SELAYA COMO DESTINO TURÍSTICO.....	15
2.1. SITUACIÓN GEOGRÁFICA E HISTÓRICA DE LOS VALLES PASIEGOS.....	15
2.2. EL TURISMO EN LOS VALLES PASIEGOS.....	16
2.3. LA GASTRONOMÍA EN LOS VALLES PASIEGOS.....	17
3. EL SOBAO PASIEGO DE SELAYA.....	20
3.1. EL ORIGEN.....	20
3.1.1. LA FAMA DE LOS PASIEGOS DE BUENOS COMERCIANTES.....	20
3.1.2. EL NOMBRE DE LOS PASIEGOS.....	22
3.1.3. EL ORIGEN DEL SOBAO.....	22
3.1.4. EL NOMBRE DEL SOBAO.....	23
3.1.5. IDENTIFICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA (IGP).....	24
3.2. LA QUESADA PASIEGA COMO PRODUCTO COMPLEMENTARIO AL SOBAO.....	24
4. OFERTA TURÍSTICA EN SELAYA.....	26
4.1.1. ALOJAMIENTO Y RESTAURACIÓN.....	26
4.1.2. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS.....	27
4.1.3. ACTIVIDADES VINCULADAS AL SOBAO PASIEGO.....	28
4.1.4. ENTREVISTAS.....	28
4.1.5. VALORACIÓN DE LA POBLACIÓN LOCAL.....	30
4.2. ESTUDIO DE DEMANDA TURÍSTICA.....	32
4.2.1. PERFIL DEL VISITANTE EN ORIGEN.....	32
4.2.2. PERFIL DEL VISITANTE EN DESTINO.....	35
5. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS.....	39
5.1. CONCLUSIONES.....	39
5.2. PROPUESTAS DE MEJORA.....	41
6. BIBLIOGRAFÍA.....	45

6.1. ARTÍCULOS DE REVISTAS PROFESIONALES.....	45
6.2. ARTÍCULOS DE PRENSA .....	46
6.3. BLOGS.....	46
6.4. DIRECTORIO DE PÁGINAS WEB .....	46
6.5. DOCUMENTOS OFICIALES .....	48
6.6. LIBROS .....	48
6.7. PUBLICACIONES.....	49
6.8. REVISTAS .....	50
7. ÍNDICE DE TABLAS .....	51
8. ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	52
9. ANEXOS .....	53
9.1. MODELOS DE ENCUESTAS: POBLACIÓN LOCAL .....	53
9.2. MODELOS DE ENCUESTAS: VISITANTES EN DESTINO .....	54
9.3. MODELOS DE ENCUESTAS: VISITANTES EN ORIGEN .....	55
9.4. BOC IDENTIDAD GEOGRÁFICA PROTEGIDA (IGP).....	56



## SUMARIO

El turismo gastronómico está adquiriendo cada vez más fuerza en los principales mercados turísticos en donde el turista busca degustar los productos típicos de la zona geográfica a la que se desplaza. En España una de las principales señas de identidad por las que está caracterizada es la gastronomía. Cada vez son más los turistas que acuden a España motivados por su gastronomía.

En este trabajo de fin de grado se estudia uno de los productos gastronómicos más característicos de Cantabria: el sobao pasiego. Se trata de un producto típico de Cantabria, y en concreto de los Valles Pasiegos, debido a que se elabora con los productos cotidianos de una economía ganadera. La investigación analiza la oferta y demanda de este producto, finalizando con unas propuestas de mejora.

Palabras clave: gastronomía, sobao pasiego, turismo gastronómico y Valles pasiegos

## ABSTRACT

The gastronomic tourism is gaining importance in the principal tourist markets in which the tourist seeks to taste the typical products from the geographical area where it moves. In Spain, one of the main distinctive characteristics is the gastronomy. Nowadays, our gastronomy is attracting more and more people towards our country.

In this dissertation it is studied one of the gastronomic products in Cantabria: the "sobao pasiego". It's about the typical product in Cantabria and specifically from Valles Pasiegos, due to its elaboration with dairy products of an economy based on the livestock. The research analyses the supply and demand of this product, ending with proposals of improvement.

Key words: gastronomy, "sobao pasiego", gastronomic tourism and "Valles Pasiegos".

## 1. INTRODUCCIÓN

Este estudio forma parte del Trabajo de Fin de Grado de Turismo en el que se ha de completar en el último curso académico. Dentro del turismo podemos encontrar numerosas cuestiones sobre qué sería interesante hacer este trabajo, yo quería tratar un tema novedoso, distinto a lo habitual, que tuviera la suficiente importancia como para poder hacer un trabajo sobre ello. De ahí que me haya centrado en uno de nuestros productos gastronómicos más conocidos en la gastronomía cántabra, el sobao.

La gastronomía es uno de los grandes potenciadores del turismo aumentando cada día el número de personas que se sienten atraídas por este tipo de turismo (Tramontin y Gonçalves, 2010).

La gastronomía representa un importante espacio en el ámbito de nuestras costumbres y tradiciones, se entiende como “el arte del buen comer”, según el diccionario María Moliner. Está presente en todos los aspectos de nuestra vida, se encuentra en todos los niveles de la sociedad, en cada estrato de la sociedad aparece de formas diferentes pero aparece, debido a nuestra necesidad como ser humano de alimentarnos. Sin duda su riqueza en sabores y diversidad de platos es uno de los grandes atractivos que presenta España. Es de sobra conocido por todos, la fama mundial que presenta la gastronomía española siendo a su vez una gran fuente de riqueza, creando numerosos puestos de trabajo y favoreciendo al desarrollo turístico del país.

Tanto es la importancia que presenta la gastronomía que está catalogada como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad (UNESCO) como símbolo de cada pueblo en varias ocasiones. En 2010 la comida tradicional mexicana, la comida gastronomía de los franceses y la dieta mediterránea fueron catalogadas como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad (Aragón, 2014).

El turismo es un sector con un constante crecimiento destacando en la economía mundial por ser una industria fuerte y competitiva. En el mundo tan globalizado en el que vivimos la gastronomía es un factor decisivo a la hora de elegir un destino.

El turismo gastronómico es un turismo emergente que se encuentra en una etapa de crecimiento en el que el turista busca una calidad extra para disfrutar de una auténtica experiencia (Hernández, López-Guzmán y Di Clemente, 2013).

### **1.1. FINALIDAD Y MOTIVOS**

El principal motivo de la elección del sobao pasiego de Selaya como mi Trabajo de Fin de Grado y no otro producto característico de Cantabria como la anchoa, el orujo, el cocido montañés, los quesos y un gran etcétera es dar a conocer la importancia que tiene como recurso turístico dentro de la amplia variedad que ofrece la gastronomía de Cantabria. Otro motivo ha sido la vinculación que tengo hacia mi pueblo, Selaya, que he visto cómo ha ido creciendo su popularidad y fama, así como nuevas empresas dedicadas a su producción.

La principal finalidad que presenta el presente Trabajo es dar a conocer lo importante que es la gastronomía y, sobre todo, lo especial que tiene el sobao pasiego para la localidad de Selaya ya que emplean los mismo ingredientes y casi las mismas técnicas de antaño que tanto interés suscitan al turista, así como en identificar todo el cambio que ha experimentado el proceso de fabricación del sobao, la finalidad que tenía en sus primeras hornadas y en las que presenta ahora, el modelo de negocio que es la fabricación y venta del sobao pasiego. Así como la influencia que presenta Selaya a la hora de elegir esta localidad para la adquisición del sobao y no otras localidades próximas.

Por último, se planteará posibles mejoras y nuevos retos para todas aquellas empresas dedicadas a su comercialización y finalizar con una conclusión.

En relación a los objetivos del Trabajo de Fin de Grado se pretende explicar uno de los aspectos principales de la gastronomía cántabra como es el sobao, tan característico de Cantabria. Se trata de un gran atractivo que posee Cantabria y en concreto Los Valles Pasiegos, siendo cada año más las personas que vienen a disfrutar de la gastronomía.

## **1.2. OBJETIVOS**

Los puntos a desarrollar en el siguiente trabajo son:

1. Conocer la historia de los Valles Pasiegos, cuáles son sus principales atractivos turísticos y los lugares más frecuentados.
2. Conocer gastronomía pasiega, los principales productos y sus platos típicos.
3. Conocer en profundidad la historia del sobao pasiego y toda su evolución hasta nuestros días.
4. Conocer la situación actual de Selaya, como destino turístico del sobao pasiego.
5. Ofrecer conclusiones finales y propuestas de actuación en los valles pasiegos.

## **1.3. ESTADO DE LA CUESTIÓN Y MARCO TEÓRICO**

Vivimos en un gran momento en relación al turismo puesto que en 2015 alcanzó un récord histórico, llegando a la cifra de 68,1 millones de turistas internacionales según datos publicados por Hosteltur (2015)<sup>1</sup>. Estas cifras ponen de manifiesto la tendencia positiva que presenta tanto España como Cantabria en relación al turismo. Esta cifra representa un 4,9% más que el mismo periodo anterior. Con este tipo de cifras, sin duda, podemos afirmar que uno de los principales motores de la economía española es el turismo.

Al igual que ocurre en el resto de España el turismo en Cantabria, según datos de Hosteltur (2013), presentó en 2013 unos ingresos de 1.324 millones de euros teniendo el sector turístico más notoriedad en el Producto Interior Bruto, esto se traduce en que el sector turístico en Cantabria se vio incrementado en un 11% más con respecto al ejercicio anterior.

El turismo en España en estos últimos años presenta una tendencia de crecimiento, la gastronomía siempre ha estado ligada al turismo, pero es en los últimos años cuando está cobrando cada vez una mayor importancia, prueba de ello son los datos publicados por Ostelea (2016)<sup>2</sup> en los que informa de que el turismo gastronómico alcanzó los 8,3 millones en 2014. Según datos publicados ha supuesto un 16% de incremento con respecto al ejercicio anterior y con un gasto medio del turista gastronómico de 248,29€. El total de los ingresos aportados por el turismo gastronómico alcanza la cifra de los 9.000 millones de euros en 2014 lo que supone un aumento del 12% con respecto al 2013.

---

<sup>1</sup> Portal español de noticias relacionadas con el mundo del turismo.

<sup>2</sup> Centro universitario internacional dedicado a la formación de líderes, directivos y técnicos especializados en la industria del Hospitality y del Turismo.



El 12,7% de los turistas que llegaron a España lo hicieron por motivos gastronómicos, siendo Cataluña el principal destino, seguido de Andalucía y La Rioja. Son estas dos últimas comunidades autónomas las que cuentan con un mayor número de turistas gastronómicos en relación al total. Son los turistas procedentes de EE.UU los que más acuden a España por motivos gastronómicos, seguidos de franceses e ingleses.

Todos los turistas que llegan a España por razones gastronómicas presentan un alto índice de satisfacción (8.8/10) según explica el estudio. No es de extrañar que presente unos valores tan altos de satisfacción ya que en España debido a su amplia variedad se sitúa en quinta posición como país que más estrellas Michelin posee.

En este tipo de turismo el principal motivo que lleva a una persona a desplazarse es el fin de consumir y disfrutar productos y/o vivir ciertas experiencias gastronómicas de una manera prioritaria, es aquella personas que está dispuesta a vivir una aventura culinaria, descubrir nuevos sabores y probar cosas nuevas (Mazón, Colmenares y Hurtado, 2012).

Estas cifras ponen de manifiesto el auge que tiene el turismo gastronómico en España. La gastronomía es un valor añadido a la marca España, según la última encuesta realizada por Habitur<sup>3</sup>, elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos, que es la encargada de medir los hábitos de los visitantes extranjeros. La gastronomía presenta uno de los índices de satisfacción más elevados de los turistas extranjeros que vienen a España.

Debido a la importancia de la gastronomía española el gobierno ha decidido apoyar y promocionar dicho sector. Una de las recientes medidas tomadas ha sido la firma de un convenio de colaboración para la promoción de nuestra gastronomía. Dicho convenio ha sido firmado por el gobierno y la Real Academia de la Gastronomía, según ha publicado en su web la Real Academia de la Gastronomía (2014).

Otros de los grandes promotores de la gastronomía española alrededor del mundo además de la Real Academia de la Gastronomía son, Saborea España, se trata de la primera plataforma con proyección internacional para fomentar el turismo y la gastronomía, está formada por la Federación Española de Hostelería (HEHR), la Asociación Española de destinos para la promoción del turismo gastronómico, la Organización Europea de cocineros (Euro-Toques), la Federación de asociaciones de cocineros y reposteros de España (CACYRE) y Paradores de Turismo, otro promotor es Cofides (Compañía española de Financiación de Desarrollo) a la cual en 2014 se le destino 15 millones de euros "para la internalización de sus restaurantes", según informa Europa Press (2014).

---

<sup>3</sup> Organismo encargado de la elaboración de encuestas de hábitos turísticos.

Las razones por las que año tras año España se consolide como potencia gastronómica es la gran variedad de productos que presenta, sus diferentes formas de preparación y elaboración debido a sus climas tan diversos que permite una gran variedad de alimentos y todos ellos de gran calidad. Si está caracterizada por algo la gastronomía española, es el intercambio que ha tenido con distintas culturas y sus alimentos, todo esto provocado por su situación estratégica que hizo que España fuese una referencia clave desde antiguas civilizaciones hasta punto de salida de nuevos descubrimientos y sabores. Fue puerta de entrada para productos de África, intercambiamos sedas y alimentos con Asia y al descubrir América introdujimos nuevos alimentos en nuestras dietas (Costa, 2002).

Según publica The Blueroom Project (2014) a través del estudio realizado por "Food Tourism 2014", España se posiciona con un 82% en primera posición como principal destino gastronómico por delante de Reino Unido (73%), Italia (61%), Francia (60%) y Alemania (55%). En relación a su facturación el nicho de mercado de la gastronomía cuenta con un 10%.

Por su parte, Cantabria, en sus orígenes pueblo de pastores, se ha caracterizado por una rica y variada gastronomía. Los turistas que se acercan a Cantabria lo hacen atraídos por sus recursos naturales, culturas, turísticos así como de su gastronomía. A pesar de que Cantabria es una comunidad autónoma pequeña en relación con el resto de comunidades autónomas de España en cuanto a la llegada de turistas y/o visitantes son cada vez más los que eligen Cantabria como destino gastronómico y lo hacen por diversas motivaciones debido a que presenta una gran riqueza en materias primas, tanto en variedad como en calidad debido a sus óptimas condiciones geográficas, creando micro-climas y ecosistemas únicos con excelentes resultados tanto en el mar como en la tierra. Sus mariscos, carnes y dulces son ampliamente conocidos fuera de las fronteras de Cantabria. Enrique Sordo, en su libro "Arte español de la comida" publicado en 1960, llega a afirmar que la cocina cántabra es "más fina y parca que la vasca o astur".

Desde el Mar Cantábrico lleno de exquisitos mariscos hasta sus excelentes carnes, así como sus conocidos dulces, no es de extrañar que la cocina cántabra sea una cocina tradicional, se ha desarrollado sobre dos líneas; la calidad de sus productos y la sencillez en su elaboración y ya cuenta con una amplia reputación (Sáiz, 1981).

Uno de los grandes productos por lo que es conocida Cantabria es por su refinada repostería, que está basada en numerosos productos. De esta repostería han salido unos de sus más famosos postres; el sobao pasiego.

Dada la importancia que presenta la gastronomía para Cantabria es importante conocer cuáles son sus productos típicos y por ese motivo el presente trabajo se va a centrar en el análisis y estudio del sobao pasiego de Selaya, uno de los principales productos gastronómicos más conocidos, debido a que cuentan con unos ingredientes de gran calidad y una técnica tradicional que hace que tenga una identidad propia.

### 1.3.1. LA GASTRONOMÍA COMO PRODUCTO TURÍSTICO EN ESPAÑA

La gastronomía es uno de los atractivos turísticos más fuertes de países como Italia, Francia o Alemania. Pero es España quien cuenta con una amplia variedad culinaria debido a numerosas razones, ya sean agrícolas, pesqueras, ganaderas, históricas y/o culturales (Feo, 2005).

Según ha publicado la Secretaría de Estado de Turismo (Ministerio de Industria, Energía y Turismo) en Marca España (2015) la gastronomía en España “se ha convertido en un valor añadido que nos diferencia de otros destino”. Uno de los lugares donde se puede apreciar los diferentes productos así como el incremento de visitantes cada año son los eventos gastronómicos que recoge nuestro país. Uno de los eventos más importantes es la Cumbre Internacional de Gastronomía “Madrid Fusión” en donde se expone las últimas novedades en cuestiones gastronómicas y se concentran los cocineros más prestigiosos del momento. Otra referencia de la alta gastronomía es San Sebastián Gastronomika.

En toda España son muchas las comunidades y productos que destacan por la calidad de sus productos. A la mayoría de estos productos de gran calidad se les conceden la Denominación de Origen. A uno de los principales productos con los que se asocia a España y tiene denominación de origen es el aceite de oliva.

El aceite de oliva es un aceite vegetal de uso principalmente culinario, se obtiene del fruto del olivo. Principalmente se cosecha en la zona del Mediterráneo, destacando la producción de Andalucía. Debido a su gran demanda de turistas han surgido unas rutas gastronómicas en las que promueven nuevas actividades. Toda esta corriente ha derivado en un nuevo tipo de turismo llamado oleo turismo (Millán y Morales, 2012).

Otro de los grandes protagonistas en la gastronomía española es el jamón. De sobra es sabido por todo el mundo los beneficios que aporta este alimento. Uno de los más conocidos es el jamón ibérico de Extremadura, que también posee la denominación de origen, La Dehesa de Extremadura. Extremadura es una de las comunidades autónomas con mayor listado de productos certificados. La existencia de estos alimentos certificados representa un

verdadero reclamo para aquellos turistas que quieran vivir una auténtica experiencia gastronómica (Hernández, López-Guzmán y Di Clemente, 2013).

La paella de Valencia es sin duda el plato más típico de Valencia. Sus orígenes datan del siglo XIX y provienen de sus huertas. A través de todo este turismo gastronómico que recibe Valencia se están poniendo numerosas acciones para la "recuperación, conservación y valorización del patrimonio". En concreto para el traspaso de estas recetas ancestrales creando escuelas talleres, el mantenimiento de las formas tradicionales de agricultura o constituir figuras de protección para los alimentos (Ricolfe, Roig, Valencia, Rabadán y Martínez, 2008).

Por último y no menos importante otro de los productos fundamentales en la cocina de cada uno de los españoles es el vino. El vino representa toda una cultura, tanto es así que todo este flujo de turistas interesados por la producción vinícola se denomina enoturismo. Especial mención recibe el vino de La Rioja que tiene un importante reconocimiento mundialmente, ya que se sitúa en el tercer puesto de producción mundial de vino tras Francia y Argentina. La Rioja desde siempre ha estado vinculada al vino. La Rioja es una de las comunidades autónomas con mayor número de exportaciones que realiza al año en España y una gran mayoría se las debe al vino. Según declaraciones de Ricardo Aguiriano, director de marketing del consejo regulador de la D.O. La Rioja en 2011 consiguió el record de vender 92 millones de litros de vino como consecuencia de invertir 10 millones de euros anuales en ocho mercados (Cantalapiedra, 2012).

### 1.3.2. LA GASTRONOMÍA COMO PRODUCTO TURÍSTICO EN CANTABRIA

A pesar del pequeño tamaño que tiene la Comunidad Autónoma de Cantabria, su territorio presenta una gastronomía variada al tener productos tanto de tierra como de mar. Al estar bañados por el Mar Cantábrico esta región cuenta con una fuente de riqueza a nuestra mano incalculable, ya que desde tiempos inmemoriales la pesca en Cantabria ha sido y es uno de los grandes pilares gastronómicos así como un gran motor económico para los municipios próximos al mar. Su fama es de sobra conocida por todos destacan; la lubina, el besugo, el lenguado, la merluza, el bocarte, la caballa, la sardina y por supuesto joya del cantábrico, la anchoa, tanto es así que el Gobierno de Cantabria está en trámites para que concedan a la anchoa la Identificación Geográfica Protegida (IGP), un sello de calidad europeo.

Pero Cantabria no solo es costa sino más bien tierra de valles y es en estos valles donde se encuentra la verdadera esencia de Cantabria con numerosos derivados de los lácteos.

Uno de los productos populares es el queso, el cual un símbolo para quienes lo elaboran. La elaboración del queso presenta una gran antigüedad, fueron los monjes cistercienses de origen francés asentados en monasterios relevantes de Cantabria como los de Santo Toribio, Liébana u Oña quienes dan gran importancia al pastoreo, sumado a que están ubicados estos monasterios en lugares propicios para la transformación de la leche ya sea por sus condiciones climatológicas o etnográficas es aquí donde nacen los primeros quesos. La primera mención que tenemos de los quesos de Cantabria documentada se recogió el 15 de mayo de 962 en el Cartulario de Santo Toribio de Liébana, donde se habla del intercambio de un terreno de Matecia y su sobrino Vicente a Savarico y su mujer Vistrelli por diferentes bienes entre los que destacan siete quesos “un cabrone et marruana así como VII casios”

Estos monjes transmitieron su modo de vivir a comunidades posteriores. Hoy en día tenemos más de treinta variedades de quesos que se engloban por comarcas. De todos los diferentes tipos destacan los quesos de Liébana que están bajo la denominación de origen “Queso de Liébana” de los cuales destacan el queso picón y el queso ahumado (Álvarez, 2006). El otro queso a destacar es el queso pasiego elaborado con leche de vaca que cuenta con una amplia tradición. De 1654 datan los primeros escritos que hablan de los quesos pasiegos. En 1843 en la zona del Pas es donde se sitúa la primera fábrica de quesos de toda Cantabria incorporando la técnica holandesa de prensado (Gobierno de Cantabria, 1986).

Otro de los grandes bienes de Cantabria son sus aguardientes conocidos como orujo, el más destacado, el de Liébana. Se hacían de forma artesanal en las alquitaras que cada familia poseía. Hoy en día las técnicas han cambiado pero el resultado sigue siendo el mismo, un sabor dulce y un refinado aroma.

La repostería ocupa un lugar importante en la gastronomía cántabra ya que poseemos una buena y variada selección de dulces. La mayoría de ellos se elaboran de los derivados de la leche, entre los más famosos los sobaos y quesadas, que hablaremos más adelante de ellos, sobresalen las corbatas de Unquera, los sacristanes de Liérganes o las polkas de Torrelavega (Butrón, 2006). Pero si tenemos que destacar un lugar porque toda su historia ha estado ligada a la gastronomía ese lugar son los valles pasiegos.

#### **1.4. METODOLOGÍA: ESTRUCTURA DEL TRABAJO**

Este trabajo comienza con la explicación de los motivos que me han llevado a elegir esta temática para mi Trabajo de Fin de Grado, los objetivos que se pretenden alcanzar con la realización de dicho trabajo así como la introducción al sector turístico español y cántabro, dando datos que nos ayuden a comprender las dimensiones que alcanza en nuestro país, datos obtenidos en distintas páginas webs como Hosteltur o INE<sup>4</sup>, que recogen todo tipo de estadísticas desde el gasto medio realizado por turistas hasta el grado de satisfacción recibido. Además de explicar la tendencia que ha sufrido el sector en los últimos años. Así como la relación que presenta la gastronomía en la actualidad siendo “la comida” el motivo principal del viaje en numerosas ocasiones y lo importante que es en la actualidad potenciar dichos destinos (Guzmán-López y Margarida, 2011).

En relación a la gastronomía española se ha querido resaltar los principales alimentos que mejor representan a España de forma internacional como puede ser el aceite de oliva o el jamón. Ocurre lo mismo con Cantabria he seleccionado aquellos productos más populares como la anchoa o el orujo.

En el siguiente capítulo hace referencia al turismo en Cantabria, en concreto de los Valles Pasiegos, hablaremos de su situación geográfica, historia, turismo, así como de su gastronomía. Destacando aquellos productos procedentes de los Valles Pasiegos más conocidos.

Posteriormente se realizó una investigación para conocer los orígenes de tan conocido producto, que se remonta a tiempos pasados por la utilización de unos ingredientes cotidianos y de la misma manera observaremos cuál ha sido su evolución así que en nuestro tercer capítulo, nos introduciremos de lleno en la historia y evolución del sobao pasiego, desde por qué tiene ese nombre hasta cómo se elaboró el primer sobao pasiego.

Una vez realizada la introducción al tema y los primeros capítulos, aportaremos toda la información recogida mediante la elaboración de unos cuestionarios sobre el sobao pasiego de Selaya tanto a la población local como a turistas y/o visitantes así como un pequeño sondeo en Santander para conocer el grado de conocimiento acerca del sobao de Selaya.

---

<sup>4</sup> Instituto Nacional de Estadística



Para la realización de este trabajo además de las encuestas realizadas hemos encontrado diversas fuentes de información tales como informes publicados por páginas de reconocido prestigio por el mundo de la hostelería, artículos publicados en revistas especializadas, bases de datos que recogen todo tipo de información relacionada con los turistas, así como webs de carácter gastronómicas.

Las entrevistas realizadas han servido para llegar a conocer de primera mano todo lo relacionado con los sobaos pasiegos y su elaboración. Los entrevistados han sido Carmen Manteca, experta en Valles Pasiegos y Fernando García, gerente de Sobaos y quesadas El Macho.

La información que hemos analizado para este trabajo la podemos distinguir entre información cualitativa e información cuantitativa.

Los datos cualitativos han sido aportados por Carmen Manteca quien me ha ayudado, orientado y aconsejado sobre cuál es la información más apropiada que debo seleccionar a la hora de elaborar mi proyecto en relación al sobao pasiego.

Así como diferentes portales turísticos que tratan sobre gastronomía y el sobao pasiego. Otras de las páginas web consultadas han sido periódicos y artículos que hacían referencia a mi temática, muy apropiados para familiarizarme con el tema a tratar y estar informada sobre los cambios que han acontecido en los últimos años.

Otra gran fuente de información ha sido la proporcionada por Fernando García uno de los propietarios de "Sobaos El Macho", quien me ha aportado una gran información acerca de los sobaos como de la producción de ellos ya que él es un gran conocedor de primera mano de la elaboración, producción y reparto de los sobaos pasiegos al forma parte del equipo directivo de la fábrica.

Otros de las empresa familiares dedicadas a la producción y venta de sobaos y quesadas es la empresa "Sobaos y quesadas Bienve", a la cual acudí en busca de información pero no tuve igual suerte ya que no estuvieron dispuestos a ayudarme.

"Sobaos y quesadas Joselín" es otra de las empresas productoras de sobaos que debido a su alto volumen de producción les fue imposible darme una cita para poder entrevistarles.

Los datos cuantitativos se han obtenido a través de artículos en periódicos, informes publicados en Hosteltur, Habitur, INE...

Los datos específicos han sido aportados por la realización del trabajo de campo, es decir las encuestas, las cuales permitieron obtener datos específicos ya que se plantearon cuestiones concretas con el tema a tratar.

Se analizaron las encuestas para profundizar sobre el grado de conocimiento que presenta dicho productos tanto en personas de la localidad como en turistas y/o visitantes que son atraídos por el mismo producto.

En relación al trabajo de campo realizado se han conseguido un total de **120 encuestas**, dichas encuestas se han centrado en tres tipos de segmentos. El primer segmento encuestado, **turistas de destino**, fue a personas que no tienen su residencia habitual en Selaya y estaban en el municipio por diversos motivos (40 encuestas), mientras que el segundo segmento se diferencia del primero ya que son las personas que viven en la localidad, es decir, **la población local** (40 encuestas). En cambio el último segmento encuestado es aquel no tiene su residencia habitual en Selaya, sino en Santander, **turistas de origen** (40 encuestas). **Véase anexo I**

La técnica empleada ha sido la encuesta personal, se trata de un tipo de encuesta en el que hay un encuestador en este caso, yo misma, y un encuestado. Las encuestas resultantes han sido la cantidad de 120 (40 encuestas a la población local, 40 encuestas al turista y/o visitante y 40 encuestas a la población de Santander). El universo se centra en dos segmentos aquellas personas que viven de forma habitual en Selaya y aquellos que no. Cabe destacar que se intentó realizar la encuesta a muchas más personas pero no siempre éstas estaban dispuestas a colaborar en la cumplimentación de la encuesta alegando falta de tiempo o que no era su deseo participar en este tipo de encuestas.

El instrumento con el que se han realizado las encuestas es un cuestionario realizado a la población local, al turista y/o visitante y a la población de Santander.

El cuestionario realizado tanto a la población local como al turista y/o visitante y a la población de Santander se dividen en tres tipos de preguntas:

- Las preguntas cerradas: aquellas en las que han de contestar con un sí o con un no.
- Las preguntas de elección múltiple: aquellas preguntas en las que disponen de varias respuestas posibles y han de elegir una.
- Las preguntas de respuesta libre: se les plantea una pregunta sin ningún tipo de opciones.



El ámbito geográfico en el que se llevaron a cabo fue Selaya para las encuestas de población local y turistas y/o visitantes y en Santander a la población de origen.

El período de realización en el que se han llevado a cabo las encuestas se divide en dos periodos de tiempo. El primer momento en el que se realizaron las encuestas en Selaya fue cuando recibe la mayor cantidad de turistas y/o visitantes como es coincidiendo con las fiestas de la Patrona de los Pasiegos el día de 15 de agosto por ese motivo se han realizado las encuestas del 10 al 20 de agosto de 2014 y un segundo periodo que abarca del 1 de marzo al 3 de abril de 2016 coincidiendo con Semana Santa y el buen tiempo.

El cuestionario para los turistas y/o visitantes de destino está dividido en cuatro bloques: una primera parte trata las características generales (cuestiones acerca del sobao pasiego), una segunda parte trata del alojamiento y transporte utilizado, la tercera parte es acerca del interés turístico y motivaciones del viaje y la última parte del cuestionario trata aspectos socio-demográficos (sexo, nacionalidad, edad...).

El cuestionario para la población local está dividido en cuatro bloques también: la primera parte son preguntas generales acerca del sobao (si compra sobaos, la frecuencia...), una segunda parte trata sobre las campañas de publicidad (si existen o no), la tercera parte de la encuesta se centra en el turismo (si es un reclamo el sobao, si han notado o no el aumento de turistas...) y la última parte trata sobre aspectos socio-demográficos (edad, años, sexo...).

El cuestionario para los turistas de origen de Santander está dividido en tres bloques: una primera parte con preguntas generales acerca de Selaya (cuántas veces ha estado...), una segunda parte acerca de la gastronomía de Selaya, en concreto sobre el sobao y la tercera y última parte acerca de aspecto socio-demográficos (edad, años, sexo...).

Gracias a estas fuentes se ha podido obtener una información relevante acerca del sobao pasiego para conocer de primera mano su situación actual y la importancia que tiene este producto para la localidad.

## **2. SELAYA COMO DESTINO TURÍSTICO**

El municipio de Selaya se encuentra ubicado en pleno corazón de los valles pasiegos, incluso es denominada como la "cuarta villa". Selaya cuenta con tres barrios que son Bustantegua, Campillo y Pisueña. La localidad se encuentra delimitada por Villacarriedo al norte y oeste, La Vega de Pas al sur y por San Roque de Riomiera al este.

Cuenta con un total de 1.922 habitantes según el censo elaborado por el Instituto cántabro de estadística (ICANE) de los que un 11% es menor de 16 años, el 17% tiene entre 16 y 30 años, el 49% tiene entre 31 y 64 años y el 23% de la población tiene 65 años o más.

La principal actividad que se rige en la localidad es la del sector servicios ocupando al 42% de la población, en un segundo lugar encontramos la ganadería y agricultura, el 27% de sus habitantes constituyen esta base (Villegas, 2008).

### **2.1. SITUACIÓN GEOGRÁFICA E HISTÓRICA DE LOS VALLES PASIEGOS**

Los valles pasiegos están formados por tres valles; Valle del Pas, Valle del Miera y Valle del Pisueña, llamados así porque los ríos Pas, Miera y Pisueña son los que delimitan los valles. Los valles limitan con Burgos y en el extremo sur de la cordillera Cantábrica desde el puerto del Escudo hasta el Pico Castro Valnera.

Se trata de tres valles con territorios muy desiguales geográficamente hablando. En las zonas más altas persiste una forma de vida muy particular, a las personas que llevan a cabo esta forma de vida se les llama pasiegos, los cuales practican una ganadería trashumante, y es, en este territorio donde encontramos a las tres villas pasiegas por excelencia: La Vega de Pas, San Roque de Riomiera (Valle del Pas) y San Pedro del Romeral (Valle del Miera), (Terán, 2005).

En la edad moderna se dieron importantes cambios en las técnicas de organización social del espacio ganadero en la zona del Pas. A partir de este momento se comienza al cercado de los prados, y como consecuencia una ganadería estabulada y especializada en vacas (García, 1997).

Los habitantes del Pas deseaban obtener la independencia del Valle de Villacarriedo a la cual debían pagar cantidades de dinero altas año tras año. Con tal cifra a pagar se veían explotados económica y socialmente, por lo que emprendieron un largo y costoso proceso de independencia. Ciertamente no poseían todos los conocimientos adecuados para tal litigio

pero ya estaban hartos de tal situación y por fin en 1689 obtuvieron lo esperado, el Privilegio de Villazgo.

“Y los más por no saber leer ni escribir, les falta la inteligencia necesaria para la administración pública” (Privilegio de Villazgo. Pág. 253. Copia del libro Privilegio de Villazgo ubicado en el museo de las Villas Pasiegas en la Vega de Pas).

“En 1689 La Vega de Pas, San Pedro del Romeral y San Roque de Riomiera consiguen la independencia jurisdiccional y el estatuto de villas de realengo con ayuntamientos propios” (Terán, 2005), con la firma del rey de España, Carlos II, El Hechizado previo pago del abono de una cantidad de dinero, es a partir de este momento es cuando pasan a denominarse las Tres Villas Pasiegas.

En la edad contemporánea se establecen los límites de la provincia de Santander. Mientras tanto los habitantes de los valles del Pas se dedicaban al contrabando, a ser nodrizas reales o vendedoras ambulantes. En 1981 se aprobó el Estatuto de Autonomía de Cantabria.

## **2.2. EL TURISMO EN LOS VALLES PASIEGOS**

España es un país que recibe un gran número de turistas cada año, y tal cifra va en aumento en los últimos años, no es de extrañar que cada año aumente los turistas que recibe Cantabria y como no, en cada una de sus localidades. En Cantabria el sector turístico representa un 10,9% según un estudio de Hosteltur (2015), con dicha cifra se pone de manifiesto la importancia del turismo en nuestra comunidad. Según los últimos datos del ICANE (2014) un total de 3.083.642 millones de turistas visitaron Cantabria. Lo que representa un 2,04% en relación a España, con una estancia media de 4,4 días.

Todos estos datos reflejan un claro auge en el número de turistas que recibe Cantabria ya que ofrece una gran variedad, ya sea litoral como montaña y todo eso en menos de media hora.

En relación al turismo nacional destacan dos comunidades, País Vasco y Castilla y León, con un 30,52% y un 15,86% respectivamente. De todo el turismo nacional que ha llegado a Cantabria, 93.265 turistas o lo que es lo mismo el 3,02% han decidido viajar a los Valles Pasiegos.

El principal motivo del turismo nacional que recibe Cantabria es por campo y playa (descanso) con un 38,96% y la visita a amigos o familiares ocupa un 31,94%.

El tipo de alojamiento elegido por el 36% es la vivienda de amigos o familiares, el 27,87% cuenta con una vivienda en propiedad y el 21,10% elige los establecimientos hoteleros.

El 65,17% de estos viajes no tiene organización alguna y casi el 90,62% utilizan como medio de transporte el coche, tan solo un 3,81% el avión o tren y el 5,56% el autobús.

El perfil socio-demográfico del turista residente en España que visita Cantabria según su edad; el 32,35% tiene de 25 a 44 años, el 17,27% tiene de 45 a 54 años y el 12,44% de 55 a 64 años. Según su nivel de estudios prácticamente casi el 50% presenta unos estudios de 2º grado y el 31,55% estudios de 3º grado.

En relación al gasto medio diario de los turistas residentes en España con destino Cantabria la media fue 45,3 siendo en los Valles Pasiegos 43,9 la media de gasto diario.

En relación a visitantes extranjeros con destino Cantabria según su país de procedencia y zona geográfica de destino destacan en primer lugar Francia (193.075), seguido de Reino Unido (81.746), Alemania (20.914) y Bélgica (15.062) con un total 385.565 visitas, de las cuales solo el 4,55% era excursionistas siendo el 95,45% turistas.

El motivo que les hizo elegir Cantabria para el 76,39% fue ocio y vacaciones. Alojándose más del 40% de los visitantes en hoteles y de todos los visitantes solo el 15,49% tenía contratado un paquete turístico.

Según los datos de la Dirección de Turismo de Cantabria en los Valles Pasiegos encontramos un total de 72 alojamientos turísticos los cuales los podemos dividir en: hoteles, hostales, pensiones, alojamientos rurales, albergues y campings, de los cuales 5 de ellos se encuentran en el club de calidad de Cantabria.

Su restauración cuenta con un total de 55 establecimientos, 3 de ellos incluidos en el club de calidad de Cantabria también.

### **2.3. LA GASTRONOMÍA EN LOS VALLES PASIEGOS**

Uno de los principales atractivos que presentan los valles pasiegos es la gastronomía. Ya que emplean productos naturales elaborados de forma artesanal. Se trata de una seña de identidad para los habitantes ya que los productos obtenidos se han conseguido de su trabajo, ya sea de sus huertos, sus ríos o sus ganados. Debido a las múltiples opciones presentan una amplia gama de oferta gastronómica.

Muchos son los productos que destacan como las carnes de pasto de gran calidad, en la que destaca la carne bovina, las legumbres que son la base del conocido cocido montañés.

Todos los productos que podemos encontrar los Valles Pasiegos son:

Tabla 1 Productos de los Valles Pasiegos

<b>Arándanos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arándanos ecológicos "El Coteru"</li> <li>• Arándanos ecológicos "La pizpireta"</li> <li>• Arándanos ecológicos "Los Pradillos"</li> <li>• Arándanos "La Espina"</li> </ul>
<b>Barquillos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Barquillos Tanis</li> </ul>
<b>Vinos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bodega Señorío del Pas</li> <li>• Bodega Ojeda Suarez</li> <li>• Bodegas Sel D'Aiz</li> </ul>
<b>Cerveza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cerveza Dougall's</li> </ul>
<b>Hornos de pan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Horno de Pan reunidos Saiper</li> <li>• Horno de pan y pastas La Pasiega</li> </ul>
<b>Mermeladas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mermeladas y conservas Prímula</li> </ul>
<b>Miel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Miel ecológica de La Colina</li> <li>• Miel ecológica de la Montaña</li> </ul>
<b>Pastelerías</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pastelería Bergua</li> <li>• Pastelería M<sup>a</sup> Luisa</li> </ul>
<b>Productos cárnicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos cárnicos Las Nieves</li> <li>• Productos cárnicos elaborados "Cumbres del Pisueña"</li> <li>• Productos cárnicos "La Pasiega"</li> <li>• Productos de huerta san Antonio</li> </ul>
<b>Quesos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leche y yogures Clem</li> <li>• Quesería "La sobanuca"</li> <li>• Quesos coteru</li> <li>• Quesos ecológicos los tiemblos</li> <li>• Quesos fuente casares</li> <li>• Quesos granja "La Viña"</li> <li>• Quesos "La Jarradilla"</li> <li>• Quesos riscos pasiegos</li> <li>• Quesos y yogures ecológicos "La Sierra"</li> <li>• Quesucos Cobo</li> </ul>

<b>Sobaos pasiegos y quesadas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Repostería artesana "El Andral"</li><li>• Sobaos pasiegos y quesadas "Casa El Macho"</li><li>• Sobaos Pasiegos y quesadas "Etelvina Sañudo"</li><li>• Sobaos pasiegos y quesadas "Ibañez"</li><li>• Sobaos pasiegos y quesadas "Joselín"</li></ul>
-----------------------------------	--

Fuente: elaboración propia

Debido a la cantidad de empresas dedicadas a la fabricación de los sobaos pasiegos y quesadas vamos a analizar en profundizar todo sobre el sobao pasiego de Selaya.



### **3. EL SOBAO PASIEGO DE SELAYA**

#### **3.1. EL ORIGEN**

El origen del sobao radica en los Valles Pasiegos, en las montañas limitando con Burgos. Los Valles Pasiegos se ubican entre las cuencas de los ríos Pas, Pisueña y Miera, en las localidades de San Roque de Riomiera, San Pedro del Romeral y La Vega de Pas.

Fue en el siglo XVIII cuando los pasiegos empezaron a implantarse en zonas limítrofes como; Ruesga, Soba, Calseca, Valle de Carriedo, Selaya, Campillo, Pisueña, Luena, etc.

Es una comarca que durante muchos años por su situación estaba casi aislada por sus verdes montañas, allí vivían una de las etnias más conocidas, los pasiegos.

Los pasiegos han sido durante siglos ganaderos y pastores. La mayoría de ellos vivían en las cabañas que tenía triple función; establo, almacén para el forraje y vivienda. Estas cabañas destacan por sus tejados de lastras soportados por grandes vigas y techos de madera de roble (Abascal, 2007).

Es esta época en los Montes del Pas predominaba la vaca pasiega que no tenía una gran producción lechera, pero si era rica en grasas y proteínas lo cual la hacía idónea para la producción de todo tipo de alimentos derivados de la leche. Debido a su nula comunicación fueron auto-suficientes, fueron ellos, los pasiegos quien empezaron la comercialización de todos los productos pasiegos que hoy en día son tan conocidos como quesos frescos o mantequillas y años más tarde empezaron con la venta de dulces como los sobaos, las quesadas, el arroz con leche, las tostadas que en la región son conocidas como un dulce de Navidad (Sáez, 2007).

##### **3.1.1. LA FAMA DE LOS PASIEGOS DE BUENOS COMERCIANTES**

García Lomas en su libro "Los Pasiegos" ya hace mención que en el siglo XVI cita a los pasiegos como buenos comerciantes y a sus mujeres como "habilidosas vendedoras de sus productos derivados de la leche de sus vacas". Hace referencia a las pasiegas de la Vega de Pas como buenas reposteras conocidas por sus sobaos y sus quesadas que vendían en los diferentes mercados los domingos cada semana por toda la provincia de Santander (García, 2002).

Vendían quesos y mantequillas. Siempre eran las mujeres las que se dedicaban a la venta de tales productos. Eran unas pocas las que se dedicaban única y exclusivamente a la venta de dichos productos a estas mujeres se las conocía como "renoveras" llevando unos cuévanos de avellano conocidos como "cuévano placer" para ir a la plaza cada domingo. Dichas mujeres vendían sus quesos y mantequillas y los cambiaban por otros productos de los cuales ellas no disponían como por ejemplo bacalao salado, chocolates, azúcares u otros alimentos de diferentes necesidades como la sal ya que en los valles pasiegos escaseaba.

El siglo XIX vino marcado por cambios socio-demográfico debido a la Guerra de la Independencia contra los franceses y las Guerras Carlistas. Esto hizo que estas mujeres se iniciaran en el oficio del contrabando, principalmente de telas y tabaco, ya que en el puerto de Vizcaya esos productos tenían un importante descuento debido a las ventajas que otorgaban los fueros vascos. Con todo el dinero que conseguían lo invertían en la compra de terreno o de reses para aumentar la producción.

"... y porque también ellas hacen sus expediciones al contrabando, y por cierto, que no ceden en robustez, aguante y sufrimiento a los hombres más recios y determinados del país..." (Gil y Carrasco, 1839).

Otra de las grandes aportaciones que hicieron las mujeres pasiegas fue ser nodrizas o amas de cría, es decir, una mujer que amamanta a un lactante que no es su propio hijo. En 1786 aparece el primer anuncio ofreciéndose como ama de cría, tras este se llegaron a publicar 25 más. Una de las nodrizas más conocidas fue María Gómez Martínez de la Vega de Pas, quien amamanto al hijo de Isabel II, Alfonso XII (Sarasúa, 1996).

Las renoveras jugaban un papel vital en toda la zona de los Valles Pasiegos ya que eran ellas quienes se tenían que encargar de los productos elaborados por ellas mismas, pero fue Antonia García (Toñina) de Sobaos Joselín de Selaya la que jugó el papel más importante para que hoy en día los sobaos sean mundialmente conocidos.

Toñina era una mujer que trabajaba en la Vega de Pas en una panadería haciendo pan y es allí donde ella comienza a hacer los sobaos de masa de pan y de miga, en ese momento es cuando ella comienza a venderlos en las localidades de Selaya, Villacarriedo y más tarde continuo vendiéndolos por Ontaneda y Renedo.

Años más tarde regresa a Selaya y continua haciendo sus sobaos y quesadas en el horno de "El Macho" este horno pertenece a una empresa que regenta un bar y una pensión.



Con el paso de los años, ella junto a su familia comienzan un negocio familiar dedicado a las quesadas y sobaos y al que se conoce como "Sobaos y Quesadas Joselín", siendo unas de las grandes empresas dedicadas al sobao pasiego.

Ya han pasado casi dos siglos desde que se empezaron a comercializar los sobaos y quesadas pasiegas tal y como se conocen en la actualidad.

### 3.1.2. EL NOMBRE DE LOS PASIEGOS

En la comarca pasiega el primitivo nombre de los pasiegos era "paciego" que significa gente de paz. Se les denomina así porque en nuestra provincia se han sucedido numerosas guerras tales como las "Guerras Cántabras" y los que iban a la guerra eran los guerreros cántabros y pastores, en cambio los ganaderos de montaña no iban a las guerras de ahí proviene el nombre de los pasiegos de la gente que no practicaba la guerra y era gente de paz, del mismo modo que tomaron el nombre para denominar a los productos de esta zona, como los sobaos y quesadas pasiegas.

"No usan ninguna clase de arma, su única defensa es un palo de siete a ocho pies de alto y bastante grueso. Con él saltaban y brincan, le blanden como una lanza, y suspendiéndose sobre el mismo andan sin más aparato de locomoción..." (Lasaga, 1896).

### 3.1.3. EL ORIGEN DEL SOBAO

El sobao es un dulce típico de la comarca pasiega. Los dulces eran una manera de aprovechar los pocos recursos tanto materiales como económicos que disponían los pasiegos, su filosofía era "nada sobraba y todo se aprovechaba". (Dicho popular).

El sobao primitivo se hacía con la masa del pan, mantequilla y miel, años más tarde en el siglo XIII llegó a España la caña de azúcar, sin embargo el azúcar de caña era caro para la economía de la gente rural.

En el siglo XVII y siglo XVIII el azúcar ya tenía un precio más asequible para la economía de la zona pasiega con lo que comenzaron a utilizar el azúcar en la elaboración de sus dulces.

El sobao antiguo en sus orígenes estaba formado por una masa de pan, azúcar y mantequilla. Más tarde ya en el siglo XVIII se añadía huevos al sobao, un poco de sal, licor, bien una copa de anís o bien ron y ralladura de limón.

Pero fue el Doctor Enrique Diego-Madrado y Azcona (1850-1942), natural de la Vega de Pas y su cocinera Eusebia Fernández los promotores.

El doctor Madrazo estudio medicina en la Universidad de Valladolid y Madrid y es en la última donde obtiene el título de Doctor se traslada a París donde es alumno de Claude Bernard<sup>5</sup>, coincide con Louis Pasteur<sup>6</sup> y a Joseph Lister<sup>7</sup> Concluyó sus estudios en Alemania donde también coincidió con Richard Von Volkmann<sup>8</sup> (González de la Torre, 2009).

Tras varios años por España regresa a Cantabria y decide abrir en 1894 el primer Sanatorio Quirúrgico de España en la Vega de Pas y es en este momento cuando le pide a su cocinera Eusebia Fernández que le haga un alimento apropiado para la recuperación de sus pacientes recién operados. Es en este momento cuando Eusebia hace un sobao más suave y ligero sustituyendo la masa de pan por harina blanca, ya que así los sobaos resultarían más digestivos no sólo para los pacientes de su sanatorio sino también para el resto de la población.

El Doctor Madrazo siempre decía "si el organismo operado carece de energía alimentaria después de la intervención, difícilmente podrá conseguir una buena cicatrización". En su sanatorio se daba la misma importancia a la medicación como a la alimentación. De esta sencilla manera se introdujeron los nuevos ingredientes en la elaboración del sobao que han dado lugar a la fórmula de uno de los postres más conocidos alrededor del mundo. (Tazón, 2010).

"Que la comida sea tu alimento, y el alimento tu medicina" Hipócrates (padre de la medicina)

#### 3.1.4. EL NOMBRE DEL SOBAO

El nombre del sobao deriva de la técnica de su elaboración. Originalmente la pasiega ponía en una masera todos los ingredientes del sobao como la miga de pan, la mantequilla, la miel (al no disponer de azúcar utilizaban la miel para endulzar al sobao, además de servir como medicamento) y los huevos, una vez todo listo procedía a amasar con sus propias manos el sobao ya que no se disponía de maquinaria alguna. Estas mujeres "sobaban" los ingredientes con mucha energía y "sobando" y "sobando" la masa conseguían una crema que colocaban en unos moldes de papel doblados que se conocen como "gorros" de forma cuadrada. Éstos se colocaban sobre unas bandejas y se cocían en un horno de leña a unos 200º de temperatura durante unos 20 minutos aproximadamente.

De amasar los ingredientes con las manos sobando la masa paso a llamarse sobao.

<sup>5</sup> (1813-1878) Médico, biólogo teórico y filósofo francés. Fundador de la medicina experimental. De sus aportaciones destaca el síndrome de Claude Bernard-Horner.

<sup>6</sup> (1822-1895) Químico francés al que se le debe la técnica de pasteurizar.

<sup>7</sup> (1827- 1912) Cirujano inglés descubridor de los antisépticos.

<sup>8</sup> (1830 – 1889) Destacado cirujano alemán. Publicó la primera descripción del síndrome compartimental.

### 3.1.5. IDENTIFICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA (IGP)

Desde hace años los pasiegos han defendido el origen de sus dulces típicos más conocidos como el sobao y la quesada pasiega. Ya desde 1990 comenzaron los trabajos para conseguir el distintivo de identificación geográfica protegida del sobao pasiego, pero no es hasta octubre de 2005 cuando se aprueba y se publica posteriormente en el boletín oficial de Cantabria, BOC. **Véase anexo II**

Solo adquiere esta denominación el sobao pasiego, en el BOC explican cómo se tiene elaborar cuales han de ser sus ingredientes, sus aditivos, su composición, su correcto etiquetado y envasado, ha de mencionar su IGP, el correcto funcionamiento de sus obradores, es decir, una serie de derechos y obligaciones que adquiere el sobao pasiego al formar parte de la IGP.

La zona de elaboración y envase de los sobaos pasiegos que están amparados bajo esta denominación son aquellos pueblos que se encuentran delimitados por los ríos Pas y Pisueña y son los siguientes municipios:

Anievas, Arenas de Iguña, Astillero (El), Bárcena de Pie de Concha, Camargo, Cartes, Castañeda, Cieza, Corrales de Buelna (Los), Corvera de Toranzo, Entrambasaguas, Liérganes, Luenta, Marina de Cudeyo, Medio Cudeyo, Miengo, Miera, Molledo, Penagos, Piélagos, Polanco, Puente Viesgo, Reocín, Ribamontán al Mar, Ribamontán al Monte, Riotuerto, San Felices de Buelna, San Pedro del Romeral, San Roque de Riomiera, Santa Cruz de Bezana, Santa María de Cayón, Santander, Santander, Santillana del Mar, Santiurde de Toranzo, Saro, Selaya, Suances, Torrelavega, Vega de Pas, Villacarriedo, Villaescusa y Villafufre

### 3.2. LA QUESADA PASIEGA COMO PRODUCTO COMPLEMENTARIO AL SOBAO

La quesada pasiega junto al sobao pasiego representa uno de los postres más típicos y conocidos de toda Cantabria y España. Al igual que el sobao su alabada fama le viene por su sabor singular y su extraordinaria calidad.

El origen de la quesada pasiega radica en que antiguamente las pasiegas tenían en una olla de leche 10L y se le cuajo (espesar o dar solidez a un líquido), la señora lo probó y al ver que no estaba ácido saco el suero que sobraba y le quedó una cuajada de muy buen sabor.

Como en la zona de montaña no se tiraba nada de comida, aprovecho dicha cuajada para amasarlo con huevos, canela, el zumo de un limón exprimido y mantequilla. Lo coció en el horno y el resultado fue la quesada pasiega.

Pero el origen es incierto, ya que en el libro del Arcipreste de Hita en el siglo XIV ya se mencionaba a la quesada pasiega. Además en el libro de cocina de Ruperto de Nola (1529) se mención al queso asado o asadero, porque al cocinarlo mejora su sabor y calidad.

Pero a diferencia del sobao la quesada no es un dulce solamente típico de los Valles Pasiegos, sino que en muchas otras partes del mundo también es un producto conocido.

En primer lugar en España, en Canarias, en la Isla del Hierro la población la conoce como quesadillas debido a que los canarios eran productores de quesos ahumados

En algunos países de América Latina la quesada también es conocida como quesadilla cuya base es el queso blando y fresco y la diferencia radica en que lo mezclan con harina de arroz.

Y en último lugar en el sur de Francia en Occitania y Languedoc se conoce a la quesada como "La Caseata" realizada con cuajada y harina de trigo.



## 4. OFERTA TURÍSTICA EN SELAYA

### 4.1.1. ALOJAMIENTO Y RESTAURACIÓN

Selaya representa un importante lugar de interés turístico para Cantabria debido al continuo flujo de turistas que presenta ya que cuenta con un encanto digno de admirar.

Los alojamientos que podemos encontrar en Selaya son:

Tabla 2 Alojamiento en Selaya

<b>Posadas (40pax)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Casona de Linares</li> <li>• Posada La Venta</li> </ul>
<b>Pensiones (20pax)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hostería El Horno</li> <li>• Hostal El Macho</li> </ul>
<b>Albergues (58pax)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Albergue Ntra. Sra. De Valvanuz</li> </ul>
<b>Alojamientos rurales (120pax)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Casa Pando I y II</li> <li>• La casa de Bustantegua</li> <li>• Posada de Linares</li> <li>• Casa finca El Cerro</li> <li>• La pradera</li> <li>• Coterón</li> <li>• La Cabaña del Abuelo</li> <li>• Viviendas Pasiegas (La Tabla, El Pinar, El Regañón y La Herrería)</li> </ul>

Fuente: elaboración propia

El número de establecimientos dedicados a la restauración en Selaya son:

Tabla 3 Restauración en Selaya

<b>Restaurantes (380pax)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rte. Ntra. Sra. De Valvanuz</li> <li>• Rte. Carlos</li> <li>• Rte. Español</li> <li>• Rte. El Horno</li> <li>• El Macho</li> <li>• El Puente</li> <li>• Café-Bar La Colina</li> </ul>
------------------------------	--

Fuente: elaboración propia

#### 4.1.2. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Las actividades complementarias comprenden una parte fundamental a la hora de decidir sobre un destino final, ya que es un factor diferenciador, en especial si se viaja en familia o con amigos es importante poder ofrecer otro tipo de actividades que ayuden a que sea una experiencia única.

Una de las principales actividades que se puede encontrar el turista es una empresa ecuestre la cual ofrece diversos servicios como por ejemplo; paseos a caballo, en calesa, clases de equitación, la posibilidad de monta de caballos e incluso campamentos de verano para aprender inglés. Ofrecen paseos desde unas horas a varios días, tanto para aquellas personas que tengan experiencia como para aquellas que deseen iniciarse en el mundo ecuestre.

Otra de las opciones son rutas de senderismo, cada día son más las personas interesadas por el senderismo y concienciadas con el medio ambiente. Desde los Valles Pasiegos se ofrece la opción de participar en rutas con guía totalmente gratuitas por distintas zonas dentro del valle. Todas las rutas previamente han sido homologadas como "senderos de pequeño o gran recorrido cuyo balizamiento vertical incluye la toponimia de los lugares de cada recorrido". Algunas que podemos realizar son Praderas de Ruyema, Nacimiento del río Pisueña, El Hayedo de Zamina...previamente se explica cada ruta, la dificultad, el desnivel y la duración de la misma.

La ruta en quads o buggies por Selaya y alrededores cada día es una opción que atrae a más personas. Es otra forma de conocer el municipio y más teniendo en cuenta sus dimensiones. La conducción de estos vehículos es de fácil manejo e ideales para disfrutar de las vistas que ofrece la localidad.

Otra alternativa es el descenso de barrancos, que consiste en descender por cañones o barrancos a través de los accidentes geográficos producidos por la erosión del agua. El barranquismo en los Valles Pasiegos te permite descubrir parajes únicos desde el interior de los cauces del río.

#### 4.1.3. ACTIVIDADES VINCULADAS AL SOBAO PASIEGO

El turismo gastronómico es un mercado que hoy en día se encuentra en apogeo y es uno de los segmentos que más crece. Cada vez son más los turistas interesados en conocer nuevos sabores, nuevas texturas por eso buscan destinos que ofrezcan todas esas posibilidades (Mazón, Colmenares y Hurtado, 2012).

Por ese motivo cada vez hay más empresas que se dedican a ofrecer productos exclusivos o vivencias que hagan que sea un día inolvidable para que el recuerdo sea distinto al convencional.

Una de las actividades que se ofrece es "Taller de elaboración de sobaos en una auténtica cabaña pasiega" dicha actividad se ofrece a través de la página de Fun and Food. Dicha actividad lo que ofrece es la elaboración de forma artesanal de un sobao pasiego en un entorno apropiado rememorando aquella época en donde se hacía todo el proceso de forma artesanal. Este taller tiene un coste inicial y la persona que imparte el taller proporciona todo lo necesario para el taller.

También podemos encontrar talleres en los que podemos elaborar una auténtica quesada pasiega.

La última propuesta es visitar a las fabricas/obradores. Algunas empresas han decidido que una buena propuesta es dejar que la gente que compra sus productos también pueda visitar el lugar donde se elaboran dichos productos. A la entrada del obrador te proporcionan todo lo necesario para mantener las medidas de seguridad y de higiene y a continuación te explican paso a paso como se hacen los sobaos y las quesadas. Se trata de una buena iniciativa ya que a la mayoría de las personas les gusta conocer el sitio de donde provienen los alimentos que compran.

#### 4.1.4. ENTREVISTAS

Una de las entrevistas realizadas ha sido a Casa el Macho, fue una entrevista que nos concedió Fernando y Rosa, los actuales gerentes de Casa el Macho. Dicha entrevista fue concedida el 25 de agosto del 2014.

Fernando nos contó la historia de cómo empezaron con la elaboración del sobao y la quesada. Todo se remonta a sus abuelos, Gumersindo García González y Matilde Sainz Güemes.

Este matrimonio regentaba un pequeño bar en Selaya en el cual en las fiestas del pueblo y los veranos se llenaban de visitantes y de aquellos cántabros que tuvieron que emigrar y dejar su tierra ya que no podían forjarse un futuro, la mayoría se marcharon a Sevilla, Cádiz o Madrid. Esta corriente migratoria que se produjo en Cantabria se dio durante los años 50-55.

Matilde elaboraba quesadas para que las degustasen, es así como la gente fue propagando tan conocido dulce. La mayor parte de la gente que venía a comprar sobaos proceden de aquella emigración que se realizó a Madrid, Cádiz o Sevilla entre otras comunidades. Ellos fueron los primeros en dar a conocer los sobaos ya que era un dulce que desde niños lo habían comido.

Fue en el año 1960 cuando comienzan la elaboración de los sobaos y quesadas pasiegas en la panadería del pueblo. Y es en la década de los 70 cuando compran la primera amasadora. Coincidiendo con el fin de la dictadura franquista en 1975 se abrió un nuevo campo para toda la población. A raíz de la entrada de España en la UE en 1986 todas las provincias y sus habitantes empezaron a prosperar recibiendo fondos económicos que permitió modernizarse. Es en 1995 cuando se trasladan al obrador en el que se encuentran a día de hoy.

En la actualidad Casa El Macho es una de las principales productoras de sobaos y quesadas con un fama y una trayectoria inmejorable. La producción diaria de quesadas son 200 unidades y de sobaos 20.000 unidades cifra que en los meses de julio y agosto se duplica llegando a alcanzar las 800 unidades de quesadas y los 40.000 unidades de sobaos.

La estrategia de promoción de la empresa se basa en cuñas radiofónicas semanales, en su página web y en las redes sociales.

Lo principal que diferencia un sobao o una quesada del Macho con respecto a otros es la forma de trabajar la masa, se trata de una masa compacta mucho más rígida que la del resto. El total de trabajadores con los que cuenta la empresa asciende a 15.

Sobaos y quesadas Joselín debido a su alto volumen de trabajo se vio incapaz de concretar un día para una pequeña entrevista, aun así he de destacar una entrevista radiofónica que le hicieron a M<sup>a</sup> Ángeles Sainz una de las gerente de sobaos y quesadas Joselín en la cadena Ser "Hora 25" por Angels Barceló.

M<sup>a</sup> Ángeles comentó que fueron sus padres, José Sainz "Joselín" y Antonia García "Toñina", quienes empezaron con la elaboración del sobao y la quesada en La Vega de Pas. En los años sesenta se trasladan a Selaya, lugar en el que se encuentran al mando de la empresa



la segunda generación, María y M<sup>a</sup> Ángeles Sainz. Mantienen la misma línea con la que empezaron sus padres dando importancia a las materias primas, buscan la excelencia en sus mantequillas o harinas. Es la única empresa de la región que cuenta con el sello IFS de nivel VI, que acredita su óptimo nivel de calidad y trazabilidad de procesos.

Uno de las principales características que destacan de esta empresa es que del total de sus trabajadores el 99% son mujeres, el por qué de ese 99% radica en que Selaya es un núcleo rural y quieren ayudar a las mujeres que tengan una oportunidad de empleo ya que siempre la mujer ha desarrollado un papel fundamental. Debido a eso se ha concedido en 2010 a Sobaos y quesadas Joselín un premio a la excelencia a la innovación para mujeres rurales que concede el Ministerio de medio ambiente y medio rural y marino, con una dotación de 25.000€. Además que es la única empresa de Cantabria que posee el certificado de reconocimiento y prestigio internacional.

Otra de las entrevistas fue realizada a Carmen Manteca natural de Selaya, gran apasionada acerca de la historia de los pasiegos, conocedora en profundidad de todo lo relacionado con Cantabria y sus costumbres, sus gentes, sus platos típicos, sus trajes, sus fiestas, etc. Ella ha sido la que me ha ayudado a conocer toda la historia del sobao pasiego, desde los orígenes del sobao hasta que les han concedido la IGP.

#### 4.1.5. VALORACIÓN DE LA POBLACIÓN LOCAL

Durante esta investigación se han obtenido un total de 40 encuestas a la población local, es decir, a los habitantes de Selaya. La encuesta se divide en cuatro grandes bloques: características generales, campañas publicitarias, turismo y aspectos socio-demográficos.

- Características generales

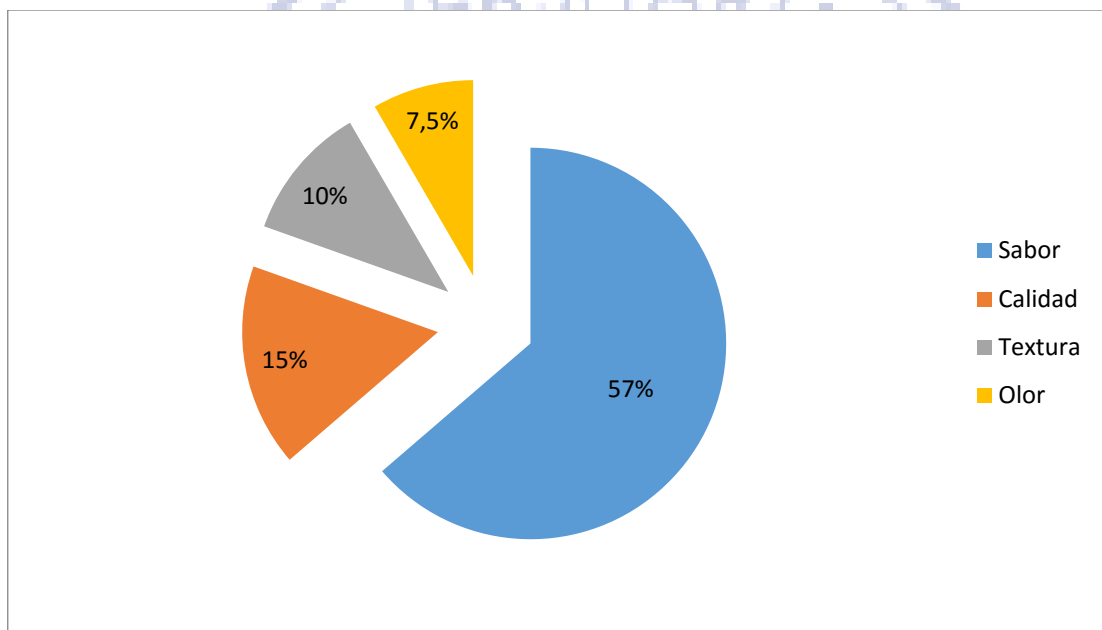
El 100% de los encuestados admite comprar sobaos pasiegos de Selaya, destacando al 40% que compra sobaos una vez al mes. A la pregunta de si desayunan sobaos el 77,50% responde que sí y a la cuestión de si meriendan sobaos el 27,50% responde afirmativamente.

En relación a que marca de sobaos es la que más comprar (Sobaos Bienve, Joselín, El Andral o El Macho) destaca en primer lugar El Macho con un 40%, seguido de Joselín con un 32,50%, El Andral con un 17,50% y en último lugar Bienve.

La población local cree al 100% que los sobaos pasiegos de Selaya son los mejores en relación al de otras localidades. Se les pregunto por el producto más típico de Selaya y las respuestas fueron: con un 55% el sobao, con un 25% la quesada y con un 15% la leche.

En la pregunta ¿para usted qué es lo que diferencia al sobao pasiego de Selaya de otros? Obtuve diversas respuestas debido a su respuesta libre. La principal respuesta que hace que diferencie el sobao pasiego de Selaya de otros con un 57% es su sabor. Otras de las respuestas han sido su calidad (15%), su textura (10%) o su olor (7,50%).

Gráfico 1 ¿Qué es lo que diferencia al sobao pasiego de Selaya de otros?



Fuente: elaboración propia

El 100% de las personas encuestadas recomendaría la compra del sobao pasiego de Selaya.

- Campañas publicitarias

En relación a las campañas publicitarias el 100% opina que no existen suficientes campañas publicitarias para la promoción de dicho producto y el 95% piensa que el ayuntamiento no toma las medidas necesarias para la difusión del sobao.

En relación al turismo el 100% de la población local cree que la elaboración del sobao pasiego si es un reclamo turístico para Selaya, además de ser una gran fuente de empleo para la localidad.

- Turismo

El 95% de los encuestados respondieron que sí cuando se les pregunto si habían notado un fuerte incremento en el flujo de turistas que se acercan a Selaya a comprar sobaos en los últimos años.

Pregunte a la población si algún miembro de su familia trabaja o ha trabajado en la elaboración del sobao pasiego y el 17,50% respondió afirmativamente mientras que el 82,50% respondió negativamente.

- Aspectos socio-demográficos

En referencia a los aspectos socio-demográficos de los encuestados el 62,50% son mujeres frente al 37,50% que son hombres. La edad de los entrevistados es; el 25% entre 18-24, el 30% entre 25-34, el 20% entre 35-49, el 15% de 50-64 y el 10% más de 65 años. El nivel de estudios del 47,50% es secundario, del 30% es universitario y del 22,50% primario.

La situación laboral del 35% de los encuestados son empleados por cuenta ajena, del 17,50% son autónomos, pensionistas y/o jubilados y estudiantes, el 10% son parados y el 2,50% amas de casa.

El dulce por excelencia en Cantabria ha incrementado en el último año una subida del 8,3% en la venta de sobaos en el mercado nacional según explica (El diario montañés, 2015).

## **4.2. ESTUDIO DE DEMANDA TURÍSTICA**

Se ha llevado a cabo un estudio de mercado en relación al conocimiento que se tiene sobre el sobao pasiego. Las encuestas se han realizado a un total de 80 personas divididas en dos grupos.

### **4.2.1. PERFIL DEL VISITANTE EN ORIGEN**

Se han obtenido un total de 40 encuestas gracias a la población de origen, es decir, a la población de Santander. El objetivo de su desarrollo es conocer qué opinión tienen de este producto y su vinculación turística. Dicha encuesta se divide en tres grandes bloques: características generales, gastronomía y aspectos socio-demográficos.

- Características generales

En relación a las características generales podemos destacar que el 100% de los encuestados conocen Selaya y el 42,50% ha visitado Selaya más de 5 veces.

Las respuestas a qué destacaría usted de Selaya han sido variadas, el 45% destaca la gastronomía y el 32,50% destaca el paisaje.

Los principales motivos por los que irían a Selaya son: con 45% visita a amigos y/o familiares, seguido muy de cerca por la gastronomía con un 37,50%.

A la pregunta de si cree usted que existen suficientes campañas publicitarias del producto típico de Selaya el 90% ha respondido que no.

Otros de los motivos que ha llevado a los encuestados a visitar Selaya son; el paisaje (25%), el patrimonio religioso (22,50%), la gastronomía (17,50%), parques y espacios naturales y fiestas (12,50%).

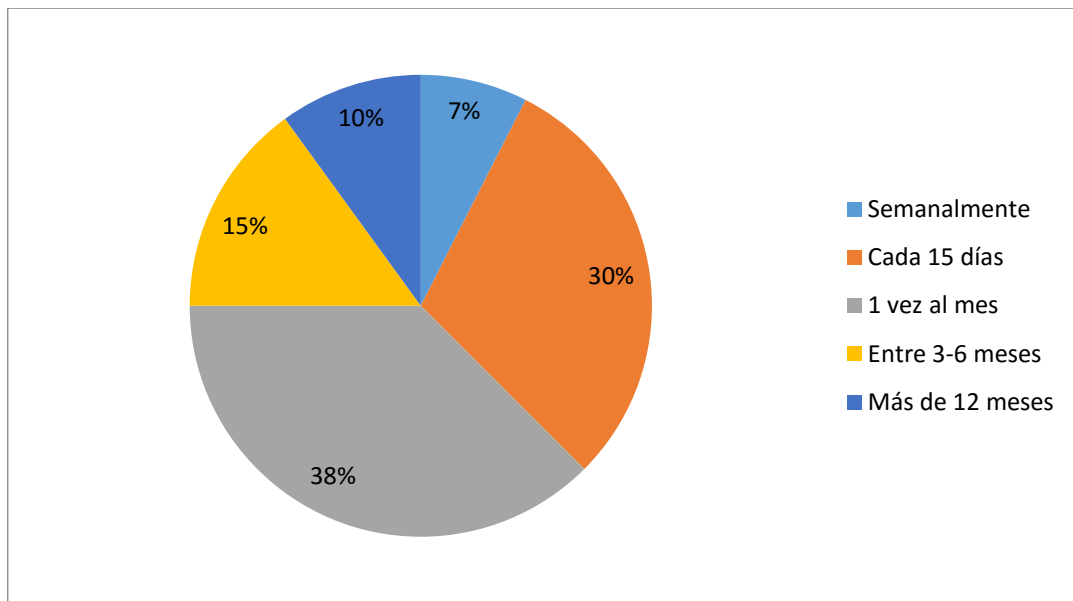
Otra de las preguntas es si echa algo en falta en la zona y el 50% ha respondido que todo le parece correcto, mientras que el 12,50% han añadido que echan de menos una oficina de turismo, más carteles informativos y wifi.

- Gastronomía

La primera pregunta se corresponde a la compra o no de los sobaos de Selaya, respondiendo el 95% de los encuestados afirmativamente. Y en relación a si conocen las marcas de sobaos pasiegos de Selaya el 90% afirma conocerlas. El 95% admite haber comprado productos de la zona.

En relación a la frecuencia de compra destaca el 38% que tienen una frecuencia de compra de sobaos de 1 vez al mes y el 30% reconoce comprar sobaos cada 15 días.

**Gráfico 2. Frecuencia de compra de los sobaos pasiegos**

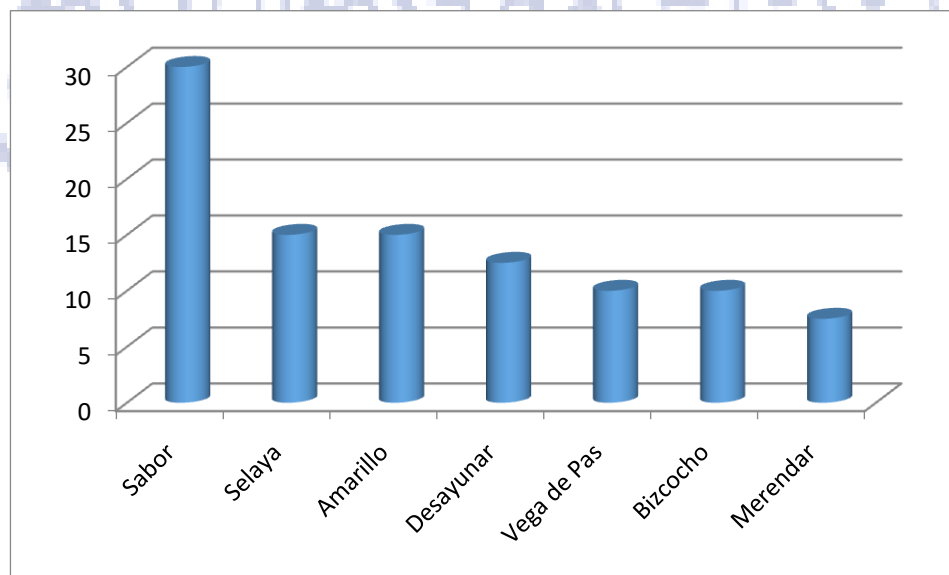


Fuente: elaboración propia

A la pregunta de cómo valora usted los sobaos de Selaya en relación a otros similares el 82,50% afirma que son mejores, el 10% admite que son iguales y el 7,50% que son peores.

La última pregunta del bloque está referida a qué le viene a la cabeza cuando escucha la palabra sobao pasiego.

**Gráfico 3 ¿Qué se le viene a la cabeza cuando escucha la palabra sobao pasiego?**



Fuente: elaboración propia

- Aspectos socio-demográficos

La primera pregunta es acerca de su procedencia, por lógica todas las encuestas realizadas a los turistas de origen son todos de nuestra propia comunidad. El 42,50% de los participantes fueron hombres y el 57,50% mujeres. En relación a la franja de edad entre 18-34 años participaron un 32,50%, entre 25-34 años fueron un total de 37,50%, entre 35-49 años un 12,50%, entre 50-64 años un 10% y aquellos con más de 65 años representan el 7,50%. En referencia a sus estudios el 40% posee formación universitaria, el 42,50% cuenta con formación secundaria y el 17,50% tiene formación primaria.

#### 4.2.2. PERFIL DEL VISITANTE EN DESTINO

Se han obtenido un total de 40 encuestas gracias a la población de destino, es decir, a los turistas y/o visitantes que se encontraban en Selaya. La encuesta se divide en cuatro grandes bloques: características generales, alojamiento y transporte utilizado, interés turístico y motivaciones del viaje y aspectos socio-demográficos.

- Características generales

El cuestionario comienza preguntando la manera de organizar su viaje a Selaya, destaca el 47,50% que lo organizó de forma individual, el 27,50% no organizó su viaje, mientras que el 12,5% lo organizó a través de internet. De todos los entrevistados el 27,50% era la primera vez que acudían al municipio y de todos los que ya habían visitado el municipio el 37,50% ha estado más de 5 veces, es decir, la mitad de los que visitan Selaya han estado más de 5 veces por lo menos.

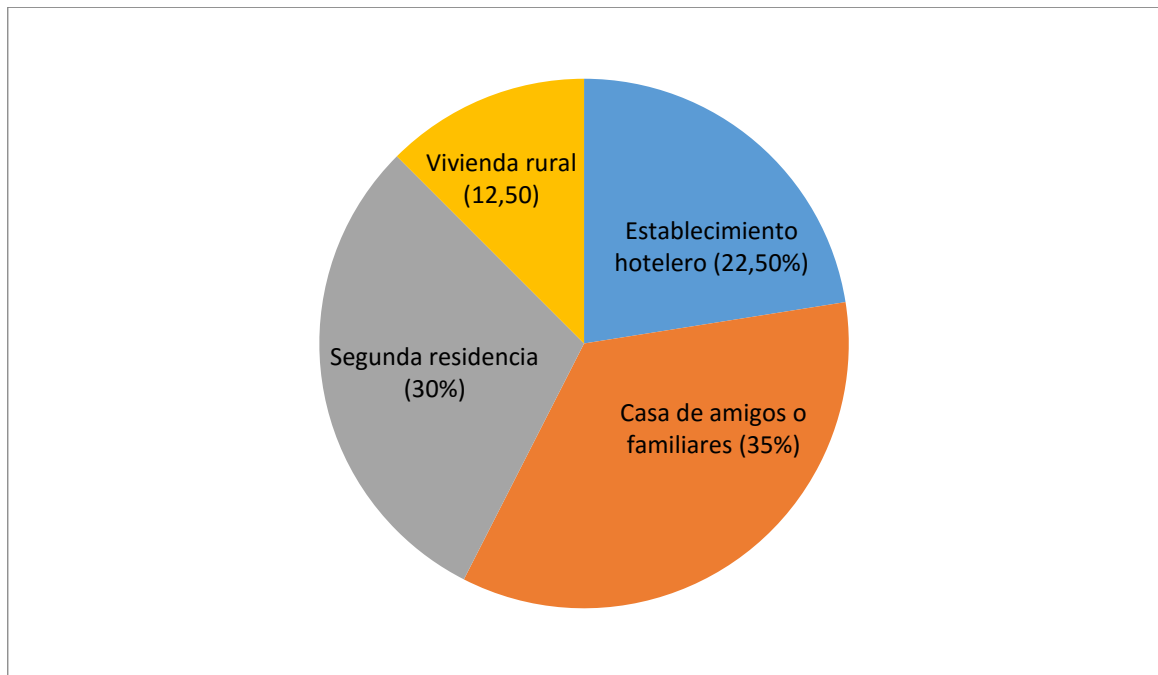
El 47,50% de los encuestados no pernoctarán en el municipio, el 5% pasarán una noche, el 15% pasará 2 ó 3 noches, el 7,50% entre 4 ó 5, el 15% pernoctarán de 6 a 15 días y el 10% permanecerá más de 15 días en el municipio. Lo que más gusta del municipio es su paisaje con un 32,50%, su tranquilidad (27,50%), todo (17,50%) y otros (22,50%).

- Alojamiento y transporte utilizado

El medio de transporte utilizado para llegar al municipio con un 82,50% es el coche.

El alojamiento principal utilizado en su estancia es la casa de amigos o familiares con un 35%, seguido de la segunda residencia con un 30%.

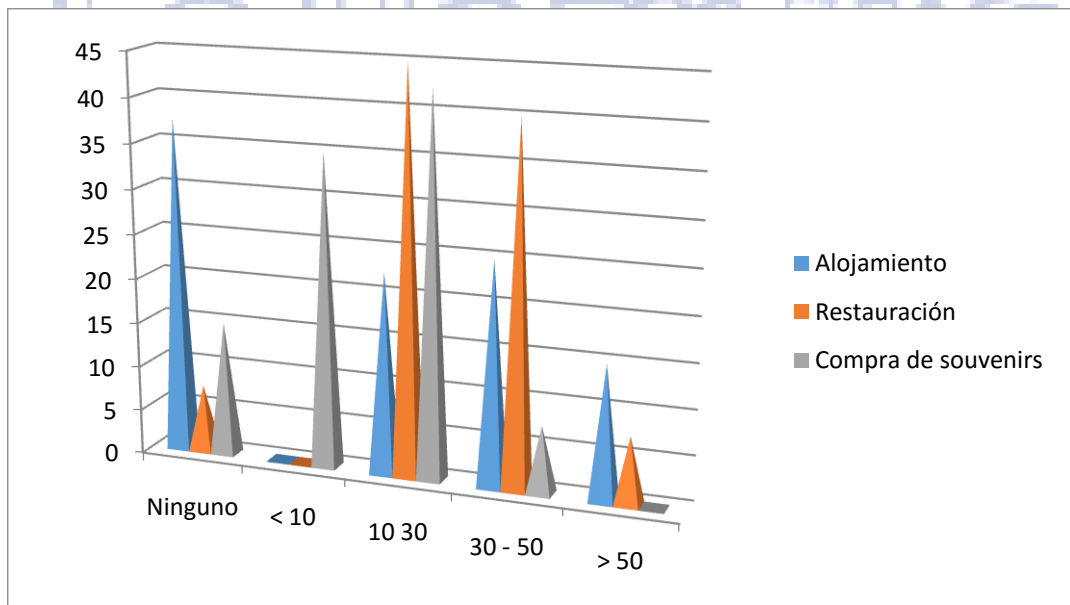
Gráfico 4 Alojamiento utilizado



Fuente: elaboración propia

El gasto medio en alojamiento, restauración y compra de souvenirs ha sido:

Gráfico 5 Gasto medio en alojamiento, restauración y souvenirs

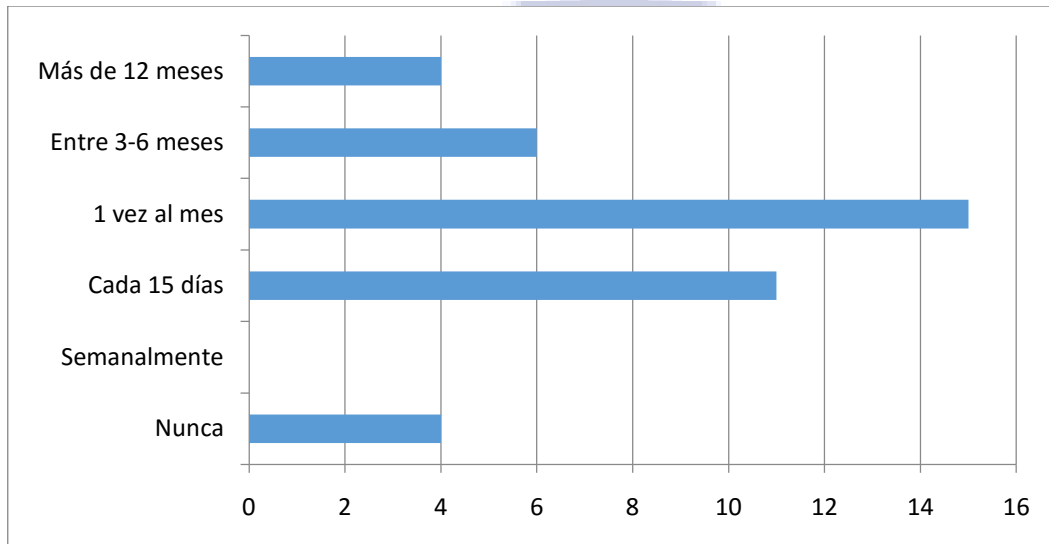


Fuente: elaboración propia

- Interés turístico y motivaciones del viaje

Para el 90% el principal motivo para que se hayan desplazado a la zona es la gastronomía. En relación a las campañas publicitarias el 77,50% cree que no existen suficientes campañas para publicitar el sobao pasiego. El 90% afirma que había comprado productos típicos con anterioridad. La frecuencia de aquellas personas que han comprado sobaos es:

Gráfico 6 Frecuencia de compra de los sobaos pasiegos



Fuente: elaboración propia

El 77,50% de los entrevistados opina que la calidad de los sobaos es muy buena, el 12,50% opina que la presentación es muy buena y el 5% valora la relación calidad/precio como buena.

La valoración que han otorgado a los sobaos pasiegos de Selaya en comparación con otros sobaos de diferentes localidades como Ontaneda o Vega de Pas es que los sobaos de Selaya son mejores que los de otros municipios, respaldado por un 95%.

El principal motivo para acudir a Selaya es el paisaje (30%), seguido de su patrimonio religioso (20%), parques y espacios naturales (20%), patrimonio civil (10%), fiestas (10%) y otros (10%).

- Aspectos socio-demográficos

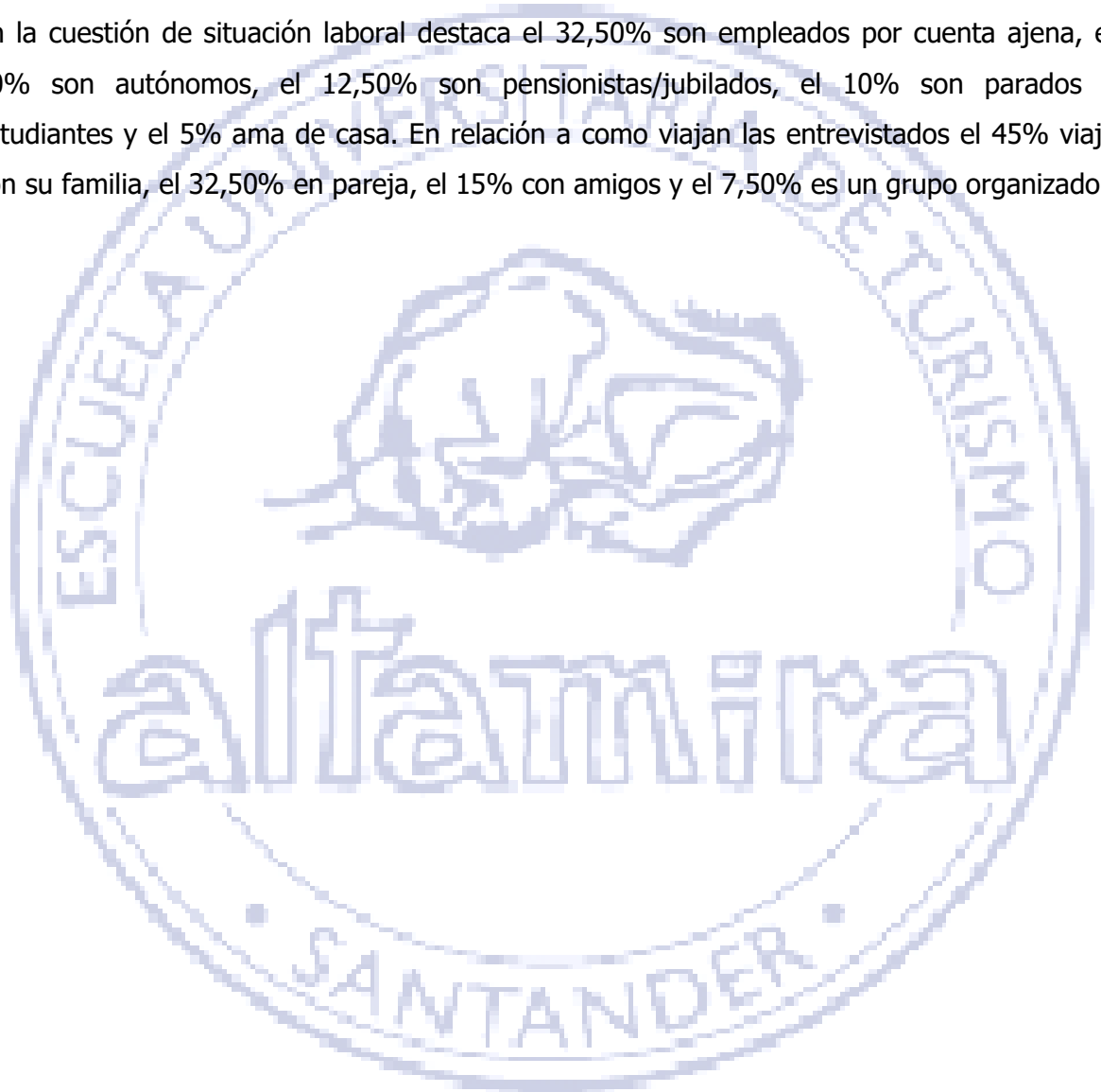
El 70% de las personas encuestadas han sido mujeres frente al 30% de hombres. Las principales procedencias de los participantes se dividen entre españoles (77,50%) y extranjeros (22,50%). La procedencia de los extranjeros fue de Reino Unido y Francia,



mientras que los principales destino del territorio nacional fueron: Madrid (25%), País Vasco (15%) y Castilla y León (10%).

La edad de los encuestados entre 18-24 fue de un 15%, entre 25-34 fue de un 40%, entre 35-49 de un 25%, entre 50-64 de un 12,50% y mayores de 65 de un 7,50%. En sus niveles de estudios destaca el universitario siendo el porcentaje de 47,50%.

En la cuestión de situación laboral destaca el 32,50% son empleados por cuenta ajena, el 30% son autónomos, el 12,50% son pensionistas/jubilados, el 10% son parados y estudiantes y el 5% ama de casa. En relación a como viajan las entrevistados el 45% viaja con su familia, el 32,50% en pareja, el 15% con amigos y el 7,50% es un grupo organizado.



## 5. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

### 5.1. CONCLUSIONES

La gastronomía española es una de las más exquisitas del mundo, son muchos los amantes de la buena comida y por ese motivo eligen como destino España.

Cantabria es una de las comunidades autónomas en la que podemos encontrar una gran variedad de productos desde los más selectos mariscos hasta las mejores carnes, sin olvidarnos de su deliciosa repostería.

El sobao pasiego de Selaya cuenta con una asentada fama en el ámbito nacional, la base de su popularidad es la calidad de sus materias primas. Este producto atrae a miles de personas cada año, pero a pesar del indiscutible potencial con el que cuentan son muchas las carencias que hace que el municipio y la región no cuente con un mayor reconocimiento y no pueda competir en igualdad de condiciones con el resto de comunidades autónomas. Esta carencia la deben de ver como una oportunidad de mejora.

Los aspectos positivos que poseen el sobao pasiego y el municipio como destino turístico son:

- Las empresas dedicadas a la elaboración del sobao pasiego tienen una **habilidad para compaginar su actividad principal**, que es la venta de sobaos, **con** otra secundaria que es la **recepción de turistas** y/o visitantes en sus instalaciones, interesados en conocer de primera mano cómo es la elaboración de dicho producto. Ninguna de las empresas cobra entrada por dichas visitas, lo único que solicitan estas empresas es una reserva previa. Sucede lo mismo con las empresas que ofrecen la posibilidad de la elaboración de los sobaos de forma artesanal en un ambiente idóneo, es decir, en una cabaña pasiega. Esto genera una importante imagen de marca y fidelización del consumidor.
- El turismo rural y el turismo gastronómico son segmentos que muestran un **crecimiento** cada vez más firme dentro de la demanda turística. El 95% de la población local reconoce un fuerte incremento de turistas que llegan a la localidad.
- Selaya junto a los Valles Pasiegos tienen la posibilidad de convertirse en un **destino de referencia clave** en el turismo gastronómico de España. Para el 90% de los turistas que eligen los Valles Pasiegos el principal motivo es la gastronomía.

- Hay que destacar un importante acontecimiento que fue el otorgamiento a los sobaos de la **IGP**, este reconocimiento beneficia no solo a los productores de sobaos pasiegos, sino a toda Cantabria ya que supone un importante salto cualitativo. Esta distinción permite posicionarse al sobao como uno de los postres más destacados de toda Cantabria.
- El sobao pasiego de Selaya presenta un **triple valor**, valor **identitario**, es decir, se trata de un elemento que genera una imagen de marca y de identidad de un territorio, valor **económico** ya que supone una importante fuente de ingresos para la localidad y valor **socio-cultural** debido a que al tratarse de un producto se puede convertir en un recurso educativo, es decir, sensibilizar a los consumidores con el medio ambiente, valores paisajísticos o recuperar las tradiciones.
- Los recursos son la base sobre la cual se desarrolla la actividad turística. Selaya cuenta con **recursos naturales**, naturaleza, flora, fauna, etc, **recursos culturales**, que engloban a las iglesias, conjuntos monumentales y los **recursos culturales**, que comprenden aspectos como las tradiciones, la gastronomía, el folclore, etc. Estos recursos forman un patrimonio social que debe ser cuidado y conservado.

A pesar de que el sobao pasiego de Selaya tenga muchas fortalezas y oportunidades como producto al igual que Selaya como destino después de haber elaborado este estudio llego a la conclusión de que un producto tan importante y de tanta calidad para nuestra comunidad debe de adecuar su oferta y como requisito fundamental necesitaría mejorar su actividad turística en los Valles Pasiegos. Algunos de los puntos negativos que se recomiendan mejorar son:

- Los Valles Pasiegos y en concreto Selaya es un destino con **poca presencia de turistas** tanto de turismo nacional como de turistas extranjeros. Solo un 3,02% de los turistas que visitó Cantabria eligió conocer los Valles Pasiegos. El 77,50% del turismo nacional proviene de Madrid, País Vasco y Castilla y León, mientras que el turismo extranjero representa el 22,50% procedente de Reino Unido y Francia.
- Los visitantes que llegan a Selaya **dependen de su propio vehículo** o bien se trata de un coche alquilado. Existen problemas a la hora de llegar a la localidad en transporte público debido a su bajo número de líneas de autobús y mala conexión

con Santander e inexistente red ferroviaria. El 82,50% utiliza el coche como medio de transporte para llegar a Selaya.

- Casi el 50% de los encuestados **no pernocta** en el municipio por lo que el perfil que recibe son excursionistas y quienes si se quedan la mayoría tiene una segunda residencia (30%) o se aloja en casa de amigos o conocidos alcanzando el 35%.
- Posee una **limitada oferta de alojamiento**.
- La oferta de **turismo activo** es **escasa**, es una parte fundamental para vivir con una experiencia completa.
- Uno de los grandes hándicaps es su **promoción** debido a que es casi **inexistente**, el 100% de la población local opina que no existen suficientes campañas publicitarias.
- **Poca implicación** por parte **de la Administración**, el 95% de la población local encuestada piensa que el ayuntamiento no toma medidas para la difusión y puesta en conocimiento de la localidad y sus principales productos gastronómicos.
- **Fuerte competencia** de otras zonas limítrofes dedicadas también a la producción y distribución de sobaos como La Vega de Pas u Ontaneda.

## 5.2. PROPUESTAS DE MEJORA

El turismo gastronómico supone para la región la posibilidad de controlar la estacionalidad, puede diversificar el producto turístico, captar turistas con alto poder adquisitivo y revitalizar zonas rurales como es en este caso de forma sostenible y potenciar su economía.

En la elaboración de los cuestionarios del sobao pasiego al turista de origen y de destino se incluye una pregunta en relación a mejoras que se podría hacer en el municipio.

Las principales respuestas aportadas por los turistas y visitantes fueron:

- Aumento de las zonas wifi en Selaya
- Oficina de turismo a la que puedan acudir
- Más carteles informativos
- Mejora en los transportes públicos

Desde mi punto de vista y experiencia, algunas de las acciones que podrían llevar a cabo en Selaya o en los Valles Pasiegos, así como las fábricas de sobaos son:

- Sin lugar a duda **aumentar su promoción** y publicidad ya que resulta inexistente ya sea en los medios de comunicación, en ferias de turismo o en redes sociales. Hoy en día con la competencia brutal de mercado que existe la promoción y difusión de un producto debe ser primordial a la hora de elaborar una estrategia de marketing y de posicionamiento.
- Es fundamental que la **Administración** tenga un **papel más activo** para apoyar a este producto en toda Cantabria y apostar por la economía local, ya que dicho producto puede generar unos altos beneficios que se verán retribuidos en la población local.
- **Explotar todos sus recursos.** Tienen todas las condiciones para explotar sus recursos pero no han tenido esa visión. Las fábricas del sobao ofrecen la posibilidad de visitar sus infraestructuras, aunque si explotaran todos sus recursos también podrían realizar visitas a sus fincas y haciendas ya que todas las empresas de Selaya cuentan con sus propias fincas para asegurarse de que obtienen la máxima calidad en sus materias primas. Podría ofrecer visitas a sus granjas, guías, catas para completar la jornada.
- **Mejorar la oferta de actividades de ocio.** Debe ofrecer la posibilidad de realizar actividades complementarias tanto para niños como para adultos, su oferta de ocio es bastante reducida.
- **Ampliar la oferta de alojamiento** y crear nuevas fórmulas de alojamiento ya que muchos turistas buscan algo fuera de lo habitual. Ya que uno de los principales tipos de turistas que recibe Selaya es el turismo rural. Debería de ser capaces de ofrecer una alternativa como por ejemplo una zona de acampada, un hotel... así como un espacio recreativo con predominio de equipamiento al aire libre. Así como es necesario también ofrecer servicios turísticos tradicionales con una animación rural.

- Una mayor **protección** por parte de la Administración del **entorno** del municipio. Tienen que salvaguardar los bosques, ríos, rehabilitar edificios en mal estado... la promoción de un municipio o de un producto turístico.
- Una **concienciación** del municipio por conservar las tradiciones y culturas pasiegas. Se pueden llevar a cabo a través de talleres o cursos propuestos por la Administración.
- **Control férreo de calidad** por parte de la Administración de los establecimientos rurales, restauración y empresas de ocio dedicadas al turismo. Al exigir y mantener cierto estándares de calidad lo que se obtiene es una mayor satisfacción del cliente.
- Ser capaces de **ofrecer una visita de un día completo**, dos ó incluso tres o más días. Podrían ofrecer un paquete en el que incluya la estancia en una cabaña pasiega puesto que Selaya destaca en toda Cantabria por su turismo rural y enfocarse en jornadas dedicadas a la gastronomía de Selaya.

A continuación se presenta una propuesta de “experiencia pasiega” que podría implementarse en la zona para que los visitantes pudieran disfrutar de los recursos y de los productos que existen. Esta experiencia consta de dos días en los que se alojarían en una casa rural:

Tabla 4 Experiencia pasiega Día 1

	<b>Día 1</b>
10.00 h	Visita a la fábrica de sobaos
12.00 h	Paseo para conocer Selaya
14.00 h	Almuerzo
16.00 h	Taller de elaboración de sobaos y quesadas (3h ½ aprox)
21.00 h	Cena

Fuente: elaboración propia

El primer día tras el desayuno vamos a visitar las instalaciones de donde se elabora el sobao pasiego, en donde nos proporcionan todo lo necesario para la visita como guantes, gorros, batas y zapatillas para mantener el estándar de calidad.

La visita guiada tendrá una duración de 2h en la que descubriremos las fases de la elaboración del sobao. Una vez finalizada la visita continuamos por las calles de Selaya para conocer todos los rincones hasta la hora del almuerzo.

Tras el almuerzo realizaremos un taller gastronómico en el cual que hornearemos sobaos y quesadas. Dicho taller tiene una duración aproximada de 3h ½. En el taller contaremos con todos los ingredientes necesarios y en la que nosotros mismo seremos quienes manipulemos los alimentos para la obtención del sobao. A las 21.00h se pondrá rumbo a cenar.

Tabla 5 Experiencia pasiega Día 2

	<b>Día 2</b>
09.30 h	Ruta de senderismo al Túnel de La Engaña en La Vega de Pas (2h ½ aprox)
12.00 h	Visita al Museo etnográfico de las Villas Pasiegas en La Vega de Pas
14.00 h	Almuerzo
16.00 h	Visita a la granja de donde obtienen las materias primas para la elaboración del sobao
18.00 h	Cata productos pasiegos (Leche, yogures, mermeladas, quesos, sobaos...)
21.00 h	Cena

Fuente: elaboración propia

El segundo día lo comenzamos con una ruta de senderismo, el lugar elegido es La Vega de Pas, en donde nos dirigiremos hacia el Túnel de La Engaña. El itinerario transcurre junto al río Yera es una ruta de dificultad baja ya que es completamente llana. Concluiremos el recorrido al llegar a la entrada del túnel que fue construido por presos tras la Guerra Civil española. Una vez acabada la ruta visitaremos el Museo Etnográfico de las Villas Pasiegas ubicado en La Vega de Pas. En el museo podemos ver reflejadas las costumbres de la vida pasiega.

Tras el almuerzo nos dirigiremos a visitar la granja y fincas de donde obtiene las materias primas la fábrica de sobaos. La visita ofrece a los visitantes la posibilidad de dar alimento a los animales. A media tarde se suministrará lo necesario para realizar una cata de los productos gastronómicos típicos de los Valles Pasiegos, tales como el sobao, la quesada, la leche, la carne, el queso, las mermeladas, los yogures...

## 6. BIBLIOGRAFÍA

### 6.1. ARTÍCULOS DE REVISTAS PROFESIONALES

Aragón Cánovas, Fco. J. (2014). Gastronomía y calidad en una Europa globalizada. *Revista de derecho de la Unión Europea*. ISSN 1695-1085, Nº. 24. (Ejemplar dedicado a: El audiovisual en la Unión Europea: nuevas perspectivas. Globalización y calidad turística en Europa), págs. 201-234. (Último acceso 27/01/16).

Costa, Juan (2002). Un nuevo escenario para el turismo. *Economistas*. ISSN 0212-4386. Año Nº 20, Nº 92, págs. 15-21. (Último acceso 25/01/2016).

Díaz Yubero, I. Real academia de Gastronomía. "Evolución y alimentos de la gastronomía de España. Real Academia de Gastronomía." (Último acceso 19/10/2015).

Guzmán-López, Tomás y Margarida Jesus, Maria (2011). Turismo, cultura y gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias. *Encontros Científicos - Tourism & Management Studies*. ISSN 2182-8458, ISSN-e 2182-8466. Nº. Extra 1 (Proceedings Int. Conference Tourism & Management Studies 2011: Full Papers). Págs. 915-922. (Último acceso: 07/03/2016)

Mazón Martínez, Colmenares López y Hurtado Sánchez (2012). Turismo Gastronómico y turismo de masas, la satisfacción de los turistas con la alimentación que reciben en Benidorm. *Gran Tour*. ISSN-e 2172-8690. Nº. 6. Págs. 122-141. (Último acceso 12/02/16).

Millán Vázquez de la Torre, María Genoveva y Morales Fernández, Emilio (2012). *Gran Tour*. ISSN-e 2172-8690. Nº. 6. Págs. 101-121. (Último acceso 10/02/2016).

González de la Torre, José Antonio (2009). *Cabá. Revista digital sobre PHE*. Enrique Diego-Madrado, un precursor pedagógico. ISSN-e 1989-5909. Nº. 2. (Último acceso 17/02/16).

Ricolfe, J. C., Roig, M., Bernat, V., Marzo, S., Rabadán Ferrandis, María Teresa y Martínez Rodríguez, Cristina. 2008. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*. ISSN-e 1695-7121. Vol. 6, Nº. 2. Págs. 189-198. (Último acceso 11/02/16).

Tramontin y Gonçalves (2010). Producción y transformación territorial. La gastronomía como atractivo turístico. *Estudios y perspectivas en turismo*. ISSN 0327-5841, ISSN-e 1851-1732. Vol. 19, Nº. 5. Págs. 776-791. (Último acceso: 20/04/2016)



## 6.2. ARTÍCULOS DE PRENSA

El diario montañés. Hecho en Cantabria. Viernes 11.12.2015

El diario montañés. Nº 38.154. Domingo 17.1.16 (Pág. 26- 27)

ABC Viajar. Disponible en: <http://www.abc.es/viajar/guia-repsol/20130816/abci-gastronomia-cantabra-201308161255.html>. (Último acceso: 19/04/2016).

## 6.3. BLOGS

Tazón Ruescas, Javier (2010). Blog. El sobao pasiego, arma del Doctor Madrazo. (Último acceso 17/02/16). Disponible en: <http://javiertazonruescas.blogspot.com.es/2010/08/el-sobao-pasiego-arma-secreta-del.html>

Vivanco (2015). Denominaciones de origen del vino en España. (Último acceso 14/02/2016). Disponible en: <http://vivancoculturadevino.es/blog/2015/04/23/denominaciones-origen-vino-espana/>

## 6.4. DIRECTORIO DE PÁGINAS WEB

Aceite de oliva. Disponible en: <http://www.aceitedeoliva.com/> (Último acceso: 09/02/2016)

Alimentos de Cantabria. Disponible en: <http://www.alimentosdecantabria.es> (Último acceso: 13/01/2016)

Asociación española de denominación de origen. Disponible en: <http://www.origenespana.es/> (Último acceso: 10/02/2026)

Ayuntamiento de Selaya. Disponible en: <http://www.ayto-selaya.com/> (Último acceso: 24/02/2016)

Casa El Macho. Disponible en: <http://www.casaelmacho.com/> (Último acceso: 21/05/2016)

Dehesa de Extremadura. Disponible en: <http://www.dehesa-extremadura.com/index.php/en/> (Último acceso: 18/02/2016)

Dirección general de turismo. Disponible en: <http://www.cantabria.es/web/consejeria-de-innovacion-industria-turismo-y-comercio> (Último acceso 12/02/2016)

El Andral. Disponible en: <http://elandral.es/wp/> (Último acceso: 22/05/2016)

Europa Press (2014). El turismo gastronómico. Disponible en: <http://www.europapress.es/turismo/nacional/noticia-turismo-gastronomico-atrae-74-millones-visitantes-internacionales-20140216095937.html>. (Último acceso 20/05/2016)

Europa Press (2014). Cofides destina 15 millones para la internalización de sus restaurantes. Disponible en: <http://www.europapress.es/cantabria/cantabriaXXI-00775/noticia-gobierno-cofides-renuevan-colaboracion-potenciar-internacionalizacion-empresas-20160504135653.html> (Último acceso 20/05/2016)

Fun and food. Disponible en: <http://www.funandfood.com.es/> (Último acceso: 14/06/2016)

Gourmet ibérica. Disponible en: <http://www.gourmetiberica.com/zonas-y-denominaciones-de-origen> (Último acceso: 12/02/2016)

Hosteltur (2015). Los ingresos por turismo superan por primera vez los 50.000 M €. Disponible en: <http://www.hosteltur.com/115268-ingresos-turismo-superan-primera-vez-50000-m.html> (Último acceso: 20/05/2016)

Hosteltur (2013). El turismo aporta ya el 11% de la economía de Cantabria. Disponible en: <http://www.hosteltur.com/183850-turismo-aporta-ya-11-economia-cantabria.html> (Último acceso: 20/05/2016)

Hosteltur (2015). El turismo en Cantabria alcanza el 10,9% del PIB regional. Disponible en: <http://www.hosteltur.com/110422-turismo-cantabria-alcanza-109-pib-regional.html> (Último acceso: 21/01/16)

ICANE (2014). Encuesta ocupación en los Valles Pasiegos. Disponible en: <http://www.icane.es/data/results> (Último acceso: 22/05/2016)

INE. Disponible en: <http://www.ine.es/> (Último acceso: 19/04/16)

La Rioja turismo. Disponible en: <http://lariojaturismo.com/comunidad/larioja/enoturismo> (Último acceso: 13/02/2016)

Marca España (2015). Turismo gastronómico. Disponible en: <http://marcaespana.es/cultura-y-singularidad/turismo/turismo-gastron%C3%B3mico> (Último acceso: 20/05/2016)

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. <http://www.magrama.gob.es/es/> (Último acceso: 17/02/2016)

Ostelea (2016). El número de turistas gastronómicos supera los 8 millones y crece un 16% en el último año. Disponible en: <http://www.ostelea.com/es/actualidad/noticias/numero->

[turistas-gastronomicos-supera-los-8-millones-crece-un-16-ultimo-ano](#) (Último acceso: 20/05/2016)

Real Academia de la Gastronomía (2014). Convenio para la difusión de la cultura gastronómica. Disponible en: [http://www.realacademiadegastronomia.com/noticias\\_dentro.php?id=86](http://www.realacademiadegastronomia.com/noticias_dentro.php?id=86) (Último acceso: 21/05/2016)

Saborea España. Disponible en: <http://www.tastingspain.es/>. (Último acceso 21/04/2016)

Sobaos y quesadas Joselín. Disponible en: <http://www.sobaosjoselin.com/joselin.html> (Último acceso: 21/05/2016)

Queso y receta la pasiega. Disponible en: <http://quesoyrecetaslapasiega.com/> (Último acceso: 13/01/2016)

Turismo de Cantabria. Disponible en: <http://turismodecantabria.com/inicio>. (Último acceso 20/04/2016)

The blueroom Project (2014). Food tourism. Disponible en: <http://www.blueroom.es/wp-content/uploads/2014/11/Food-Tourism-BlueroomEstudio.pdf> (Último acceso: 20/05/2014)

Unesco. Disponible en: [www.unesco.org](http://www.unesco.org). (Último acceso: 27/01/16)

Valles Pasiegos. Disponible en: [www.vallespasiegos.org](http://www.vallespasiegos.org) (Último acceso: 23/02/2016)

Verde Norte. Disponible en: <http://www.verdenorte.com/>. (Último acceso: 20/04/2016)

## **6.5. DOCUMENTOS OFICIALES**

Feo Parrondo, Francisco. (2005) Turismo gastronómico en Asturias. *Cuadernos de turismo*. ISSN 1139-7861, Nº. 15. Págs. 77-96. (Último acceso: 10/03/2016)

## **6.6. LIBROS**

Abascal Ruiz, Eloy (2007). *La cabaña pasiega: un hecho decisivo en la ganadería nacional*. Cantabria tradicional.

Álvarez, Pedro (2006) *.Los quesos de Liébana*. De la tradición a las denominaciones de origen protegidas.

Butrón, Inés (2006). *Ruta gastronómica por Cantabria*. Salsa Books.

De la Serna, A., G. Recio, L., Montero, J., Garcia, J.C., Reques, P., Gonzalés, C., (1999) *Cantabria*. Editorial Mediterráneo.

García Alonso, Manuel (1997). *La cabaña pasiega y evolución arquitectónica*. Gobierno de Cantabria y Consejería de cultura y deporte.

García Lomás, Adriano (2002). *Los pasiegos*. Ed. Librería Estudio. Santander.

Gil y Carrasco, Enrique (1839). *Los pasiegos*. Seminario Pintoresco Español.

Gobierno de Cantabria, Dirección de fomento Agrario y del Medio Natural, Sección de Industrialización y Comercialización Agraria y Pesquera, (1986). *Quesos de Cantabria*. Gobierno de Cantabria.

Gobierno de Cantabria. Consejería de Industria, Turismo, Trabajo y Comunicaciones en colaboración con la Asociación empresarial de Cantabria. (1999). *Manual de la oferta turística. Cantabria*. Gobierno de Cantabria.

Lasaga Larreta, Gregorio (1896/2005). *Los Pasiegos*. Est. De Miguel Ángel Sánchez Gómez. Ed. Universidad de Cantabria.

Sáez González, Luis (2007). En *el país de la vaca pasiega: La vaca roja pasiega*. Breve crónica del resurgir de una raza. Pág 259. Cantabria Tradicional.

Sáiz Viadero, J.R. (1981). *Comer en Cantabria*. Penthalón ediciones.

Sarasúa, Carmen (1996). *Las emigraciones temporales en una economía de minifundio: Los Montes de Pas*. 1758-1888.

Terán Díez, Francisco Javier (2005). *Montañas pasiegas, el abandono de un sistema de vida. Volumen 1 Claves para el desarrollo de un territorio*. Cantabria Tradicional, S.L.

Villegas López, Ramón (2008). *Conocer Selaya*. Edición Cantabria Tradicional, S.L.

## **6.7. PUBLICACIONES**

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/2589/1/Gs008.pdf>

Cantalapiedra, Cruz 2012. Anuncios: Semanario de publicidad y marketing. ISSN 0214-4905. Nº. 1413. Págs. 22-23. Entrevista con Ricardo Aguiriano, director de marketing del consejo regulador de la D.O Rioja. (Último acceso: 11/02/2016)

## 6.8. REVISTAS

*Cantabria Verde*. Nº 2 diciembre 2004. Gobierno de Cantabria, consejería de agricultura, ganadería y pesca.



## 7. ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla 1: Productos de los Valles Pasiegos

Fuente: elaboración propia (Pág. 18 y 19)

- Tabla 2: Alojamiento en Selaya

Fuente: elaboración propia (Pág. 26)

- Tabla 3: Restauración en Selaya

Fuente: elaboración propia (Pág. 26)

- Tabla 4: Experiencia pasiega Día 1

Fuente: elaboración propia (Pág. 43)

- Tabla 5: Experiencia pasiega Día 2

Fuente: elaboración propia (Pág. 44)



## 8. ÍNDICE DE GRÁFICOS

- Gráfico 1: ¿Qué es lo que diferencia al sobao pasiego de Selaya de otros?

Fuente: elaboración propia (Pág. 31)

- Gráfico 2: Frecuencia de compra de los sobaos pasiegos

Fuente: elaboración propia (Pág. 34)

- Gráfico 3: ¿Qué se le viene a la cabeza cuando escucha la palabra sobao pasiego?

Fuente: elaboración propia (Pág. 34)

- Gráfico 4: Alojamiento utilizado

Fuente: elaboración propia (Pág. 36)

- Gráfico 5: Gasto medio en alojamiento, restauración y souvenirs

Fuente: elaboración propia (Pág. 36)

- Gráfico 6: Frecuencia de compra de los sobaos pasiegos

Fuente: elaboración propia (Pág. 37)

## 9. ANEXOS

### 9.1. MODELOS DE ENCUESTAS: POBLACIÓN LOCAL



#### CARACTERÍSTICAS GENERALES

1. ¿Ha comprado usted sobaos pasiegos de Selaya?

☐ Sí ☐ No

2. ¿Con cuanta frecuencia compra usted sobaos pasiegos?

☐ Nunca ☐ Todos los días ☐ Semanalmente  
☐ Cada 15 días ☐ 1 vez al mes ☐ Entre 3-6 meses  
☐ Más de 12 meses

3. ¿Desayuna usted sobao pasiego?

☐ Sí ☐ No

4. ¿Merienda usted sobao pasiego?

☐ Sí ☐ No

5. ¿Qué marca de sobao pasiego compra usted normalmente? Enumere del 1 al 4, siendo 1 la marca de sobaos que más compra y 4 la que menos.

☐ Sobaos y Quesadas Bienve  
☐ Sobaos y Quesadas Joselín  
☐ Sobaos y Quesadas El Andral  
☐ Sobaos y Quesadas El Macho

6. ¿Cómo valora usted los sobaos pasiegos de Selaya en relación a los sobaos de otras localidades?

☐ Mejores ☐ Iguales ☐ Peores

7. ¿Para usted cuál es el producto más típico de Selaya?

☐ Sobao ☐ Quesada ☐ Carne ☐ Verduras ☐ Leche  
☐ Otros \_\_\_\_\_

8. ¿Para usted qué es lo diferencia al sobao pasiego de Selaya de otros?

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

9. ¿Recomendaría usted la compra del sobao pasiego?

☐ Sí ☐ No

#### CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

1. ¿Cree usted que existen suficientes campañas publicitarias acerca del sobao pasiego de Selaya?

☐ Sí ☐ No

2. ¿Cree usted que desde el ayuntamiento de Selaya se toman todas las medidas necesarias para la difusión del sobao pasiego de Selaya?

☐ Sí ☐ No

#### TURISMO

1. ¿Cree usted que la elaboración del sobao es un reclamo turístico para Selaya?

☐ Sí ☐ No

2. ¿Es una fuente importante de empleo para la localidad de Selaya la elaboración del sobao?

☐ Sí ☐ No

3. ¿Algún miembro de su familia trabaja o ha trabajado en la producción del sobao pasiego?

☐ Sí ☐ No

4. ¿Ha notado usted un fuerte incremento en el flujo de turistas que se acercan a Selaya a comprar sobaos en los últimos años?

☐ Sí ☐ No

#### ASPECTOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS

1. Procedencia: ¿Cuál es su residencia habitual?

☐ País:  
☐ Provincia:

2. Sexo:

☐ Hombre ☐ Mujer

3. Edad:

☐ 18-24 ☐ 25-34 ☐ 35-49 ☐ 50-64  
☐ Más de 65

4. Nivel de estudios:

☐ Sin instrucción ☐ Primarios ☐ Secundarios  
☐ Universitarios

5. Situación laboral:

☐ Autónomo ☐ Parado ☐ Empleado por cuenta ajena  
☐ Estudiante ☐ Pensionista / Jubilado  
☐ Ama de casa ☐ Otros

Número: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_



## 9.2. MODELOS DE ENCUESTAS: VISITANTES EN DESTINO



Número: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

### CARACTERÍSTICAS GENERALES

#### 1. ¿Cómo ha organizado usted su viaje?

- ☐ De forma personal ☐ Agencia de Viajes  
☐ Internet ☐ Mixto ☐ Ninguno

#### 2. ¿Es la primera vez que viaja al municipio?

- ☐ Sí ☐ No

¿Cuántas veces ha estado en el municipio?

- ☐ Ninguna ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ Más de 5

#### 3. ¿Cuántas noches va a pernoctar en el municipio?

- ☐ Ninguna ☐ 1 ☐ 2-3 ☐ 4-5 ☐ 6-15  
☐ Más de 15

#### 4. ¿Qué es lo que más le gusta del municipio?

---



---

### ALOJAMIENTO Y TRANSPORTE UTILIZADO

#### 1. ¿Qué medio de transporte ha utilizado para venir al municipio?

- ☐ Avión ☐ Coche particular ☐ Moto ☐ Autobús  
☐ Tren ☐ Ninguno ☐ Otros

#### 2. ¿Qué tipo de alojamiento utilizará durante el viaje?

- ☐ Establecimiento Hotelero  
☐ Casa de amigos o familiares  
☐ Segunda residencia ☐ Vivienda Rural  
☐ Camping ☐ Ninguno

#### 3. ¿Puede estimar el gasto medio en euros por persona que ha tenido o piensa tener en el municipio el día de hoy?

#### -Alojamiento:

- ☐ Ninguno ☐ <10 ☐ 10-30 ☐ 30-50 ☐ >50

#### -Restauración:

- ☐ Ninguno ☐ <10 ☐ 10-30 ☐ 30-50 ☐ >50

#### -Compra de souvenirs y/o regalos:

- ☐ Ninguno ☐ <10 ☐ 10-30 ☐ 30-50 ☐ >50

### INTERÉS TURÍSTICO Y MOTIVACIONES DEL VIAJE

#### 1. ¿Su principal motivo de viaje a la zona es la actividad gastronómica?

- ☐ Sí ☐ No

#### 2. ¿Cree usted que existen suficientes campañas publicitarias del producto típico de la zona?

- ☐ Sí ☐ No

#### 3. ¿Ha comprado usted con anterioridad productos típicos de la zona?

- ☐ Sí ☐ No

#### ¿Con qué frecuencia?

- ☐ Nunca  
☐ Semanalmente ☐ Cada 15 días  
☐ 1 vez al mes ☐ Entre 3-6 meses ☐ Más de 12 meses

#### 4. ¿Cómo valora usted los productos típicos de la zona?

	Muy Bien	Bien	Regular	Mal	Muy Mal	NS/NC
Calidad						
Presentación						
Relación Calidad/precio						

#### 5. ¿Cómo valora usted los productos de esta zona, en relación a otros similares?

- ☐ Mejores ☐ Iguales ☐ Peores

#### 6. ¿Qué otras motivaciones le han traído al municipio?

- ☐ Monumentos ☐ Patrimonio Civil ☐ Patrimonio Religioso ☐ Parques y espacios Naturales  
☐ Paisaje ☐ Fiestas ☐ Otros

#### 7. ¿Hay algo que echa en falta en la zona?

---



---

### ASPECTOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS

#### 1. Procedencia: ¿Cuál es su residencia habitual?

- ☐ País:  
☐ Provincia:

#### 2. Sexo: ☐ Hombre ☐ Mujer

#### 3. Edad: ☐ 18-24 ☐ 25-34 ☐ 35-49 ☐ 50-64

- ☐ Más de 65

#### 4. Nivel de estudios: ☐ Sin instrucción ☐ Primarios

- ☐ Secundarios ☐ Universitarios

#### 5. Situación laboral: ☐ Autónomo ☐ Parado

- ☐ Empleado por cuenta ajena ☐ Estudiante  
☐ Pensionista / Jubilado ☐ Ama de casa ☐ Otros

#### 6. ¿Con quién viaja usted? Especificar número.

- ☐ Sólo ☐ En pareja ☐ En familia ☐ Con amigos  
☐ Compañeros de trabajo ☐ Grupo organizado

### 9.3. MODELOS DE ENCUESTAS: VISITANTES EN ORIGEN



Número: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

#### CARACTERÍSTICAS GENERALES

**1. ¿Conoce Selaya?**

☐ Sí ☐ No

**2. ¿Cuántas veces ha estado en el municipio?**

☐ Ninguna ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ Más de 5

**3. ¿Qué es lo que destaca usted de Selaya?**

\_\_\_\_\_

**4. ¿Cuál es el principal motivo que le haría viajar a Selaya?**

☐ Descanso ☐ Diversión ☐ Compras ☐ Cultura  
☐ Estudios ☐ Visita a familiares y/o amigos  
☐ Gastronomía

**5. ¿Cree usted que existen suficientes campañas publicitarias del producto típico de la zona?**

☐ Sí ☐ No

**6. ¿Qué otras motivaciones le han traído al municipio?**

☐ Monumentos ☐ Patrimonio Civil ☐ Patrimonio Religioso  
☐ Parques y espacios Naturales  
☐ Paisaje ☐ Fiestas ☐ Otros

**7. ¿Hay algo que echa en falta en la zona?**

\_\_\_\_\_

#### GASTRONOMÍA

**1. ¿Compra usted sobaos pasiegos de Selaya?**

☐ Sí ☐ No

**2. ¿Conoce las marcas de sobaos pasiegos de Selaya?**

☐ Sí ☐ No

**3. ¿Ha comprado usted con anterioridad productos típicos de la zona?** ☐ Sí ☐ No

**¿Con qué frecuencia?** ☐ Nunca

☐ Semanalmente ☐ Cada 15 días  
☐ 1 vez al mes ☐ Entre 3-6 meses ☐ Más de 12 meses

**4. ¿Cómo valora usted los Sobaos de Selaya en relación a otros similares?**

☐ Mejores ☐ Iguales ☐ Peores

**5. ¿Qué le viene a la cabeza cuando escucha la palabra Sobao Pasiego?**

☐ Selaya ☐ Vega de Pas ☐ Verde ☐ Amarillo  
☐ Desayunar ☐ Merendar ☐ Bizcocho ☐ Sabor

#### ASPECTOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS

**1. Procedencia: ¿Cuál es su residencia habitual?**

☐ País:  
☐ Provincia:

**2. Sexo:** ☐ Hombre ☐ Mujer

**3. Edad:** ☐ 18-24 ☐ 25-34 ☐ 35-49 ☐ 50-64  
☐ Más de 65

**4. Nivel de estudios:** ☐ Sin instrucción ☐ Primarios

☐ Secundarios ☐ Universitarios

**5. Situación laboral:** ☐ Autónomo ☐ Parado

☐ Empleado por cuenta ajena ☐ Estudiante

☐ Pensionista / Jubilado ☐ Ama de casa ☐ Otros

**6. ¿Con quién viaja usted? Especificar número.**

☐ Sólo ☐ En pareja ☐ En familia ☐ Con amigos  
☐ Compañeros de trabajo ☐ Grupo organizado

## 9.4. BOC IDENTIDAD GEOGRÁFICA PROTEGIDA (IGP)

2004

Martes 17 enero 2006

BOE núm. 14

En caso de conclusión positiva, una descripción de la variedad figura en anexo al presente informe.

Observaciones:

Fecha:

Firma:

### 2.2 Protocolo de operaciones para la recepción, almacenamiento y preparación de las muestras de las diferentes variedades de patata, que se incluyen en los diferentes ensayos

Localización: Terrenos e instalaciones de la Junta de Castilla y León en Albillos (Burgos).

Plan de trabajo anual: El Plan de trabajo anual se detallará en un manual interno de procedimiento a acordar entre las partes y que tendrá en cuenta las siguientes actividades:

1. Recepción del material vegetal enviado, llevando un libro Registro de entrada. Comprobación de las denominaciones varietales, cantidad en peso, número y tamaño de los tubérculos recibidos.
2. Control del estado sanitario del material recibido.
3. Almacenamiento del material en condiciones adecuadas hasta que se realice la preparación de los ensayos.
4. Comunicación a la OEUV de la recepción del material.
5. Preparación de los envases con los tubérculos necesarios para cada una de las parcelas de los ensayos de valor agronómico de patata, de acuerdo con las instrucciones enviadas por esta Oficina Española de Variedades Vegetales.
6. Comunicación a la OEUV de que se ha preparado el material necesario para todos los ensayos y que se encuentra dispuesto para su envío.
7. Envío del material indicado a través del medio de transporte que cada comunidad elija, bien por sus propios medios, bien a través de la agencia de transportes que esta Oficina tenga contratada.
8. Comunicación a la OEUV de que todo el material de valor agronómico ha salido de las instalaciones de la Junta.

667

*ORDEN APA/4261/2005, de 22 de diciembre, por la que se ratifica el reglamento de la indicación geográfica protegida «sobao pasiego» y de su consejo regulador.*

El artículo 5 del Real Decreto 1643/1999, de 22 de octubre, por el que se regula el procedimiento para la tramitación de las solicitudes de inscripción en el Registro comunitario de las Denominaciones de Origen Protegidas y de las Indicaciones Geográficas Protegidas, dispone, de conformidad con lo previsto en el artículo 5.5 del Reglamento (CEE) 2081/92, del Consejo, de 14 de julio de 1992, relativo a la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios, que se podrá conceder una protección nacional transitoria a partir de la fecha de la transmisión de la solicitud de registro de la denominación de origen de que se trate a la Comisión Europea.

Transmitida la solicitud de registro de la Indicación Geográfica Protegida «Sobao Pasiego», que se ajusta a lo dispuesto en el Reglamento (CEE) 2081/92 y en la Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino y disposiciones complementarias y aprobado el Reglamento de la Indicación Geográfica Protegida «Sobao Pasiego» por Orden GAN/47/2005, de 5 de octubre (BOC del 19), de la Consejería de Ganadería, Agricultura y Pesca del Gobierno de Cantabria y de acuerdo con lo establecido en el Real Decreto 4188/1982, de 29 de diciembre, por el que se transfirieron a la Comunidad Autónoma de Cantabria competencias y funciones del Estado en materia de denominaciones de origen, viticultura y enología, corresponde al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, ratificar y publicar dicho Reglamento.

En su virtud acuerdo:

Se ratifica el Reglamento de la Indicación Geográfica Protegida «Sobao Pasiego», aprobado por Orden GAN/47/2005, de 5 de octubre (BOC del 19), de la Consejería de Ganadería, Agricultura y Pesca del Gobierno de Cantabria, que figura como anexo a la presente disposición, al efecto de su protección nacional transitoria en el sentido del Reglamento 2081/92, del Consejo, de 14 de julio, relativo a la protección de los productos agrícolas y alimenticios, que cesará a partir de la fecha en que la Comisión Europea adopte una decisión sobre el registro solicitado.

Madrid, 22 de diciembre de 2005

ESPINOSA MANGANA

### ANEXO

#### Reglamento de la Indicación Geográfica Protegida «Sobao Pasiego»

### CAPÍTULO I

#### Disposiciones Generales

##### Artículo 1. Base legal de la protección.

De acuerdo con lo dispuesto en el Reglamento (CEE) 2081/1992, del Consejo, de 14 de julio, relativo a la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios; en la Ley 24/2003, de 10 de julio, de la viña y del vino; en la Ley 25/1970, de 2 de diciembre, y en su reglamento aprobado por Decreto 835/1972, de 23 de marzo; en el Real decreto 728/1988, de 8 de julio, por el que se establece la normativa a que deben ajustarse las denominaciones de origen, específicas y genéricas de los productos agroalimentarios no vínicos; en el Real Decreto 1643/1999, de 22 de octubre, por el que se regula el procedimiento para la tramitación de las solicitudes de inscripción en el registro comunitario de las denominaciones de origen protegidas y de las indicaciones geográficas protegidas; y en la Orden de 25 de enero de 1994, del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, por la que se precisa la correspondencia entre la legislación española y el Reglamento (CEE) 2081/1992, en la Ley 3/2000, de 24 de julio, por la que se crea el Organismo Autónomo Oficina de Calidad Alimentaria; en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común; y en la Ley 6/2002, de 18 de diciembre, de Régimen Jurídico del Gobierno de Cantabria y de la Administración de la Comunidad Autónoma de Cantabria; quedan amparados por la indicación geográfica protegida «Sobao Pasiego» los sobaos que, reuniendo las características definidas en este reglamento, cumplan en su elaboración y comercialización los requisitos exigidos por el mismo, por el pliego de condiciones y por la legislación vigente.

##### Artículo 2. Extensión de la protección.

La Indicación Geográfica Protegida «Sobao Pasiego» no se podrá aplicar a ningún otro tipo de sobao que el definido por este reglamento, ni se podrán utilizar términos, expresiones, marcas o signos que, por su similitud fonética o gráfica con ésta, puedan inducir a confusión con los que son objeto de protección, aún en el caso de que vayan precedidos por las expresiones tipo, estilo, elaborado en, envasado en, u otras análogas.

##### Artículo 3. Órganos competentes.

1. La defensa de la Indicación Geográfica Protegida, la aplicación de su reglamento, la vigilancia del cumplimiento del mismo, así como el fomento y control de la calidad del producto amparado, se encomiendan al Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida, a la Consejería de Ganadería, Agricultura y Pesca del Gobierno de Cantabria, a la Oficina de Calidad Alimentaria, al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y a la Comisión de las Comunidades Europeas, en el ámbito de sus respectivas competencias.

2. El Consejo Regulador elevará a la Oficina de Calidad Alimentaria los acuerdos que afecten a los derechos y deberes de los inscritos, para su aprobación, si procediera.

### CAPÍTULO II

#### De la elaboración

##### Artículo 4. Zona de elaboración.

La zona de elaboración y envasado de los sobaos amparados por la Indicación Geográfica Protegida «Sobao Pasiego» se encuentra centrada en la denominada comarca del Pas, que abarca la zona delimitada por los ríos Pas y Pisueña y el área de influencia de dichos ríos. Dicha zona se encuentra situada en la zona centro de la Comunidad Autónoma de Cantabria y está constituida por los siguientes términos municipales: Anievas, Arenas de Iguña, Astillero (El), Bárcena de Pie de Concha, Camargo, Cantes, Castañeda, Cieza, Corrales de Buelna (Los), Corvera de Toranzo, Entrambasaguas, Liérganes, Laena, Marina de Cudeyo, Medio Cudeyo, Miengo, Miera, Molledo, Penagos, Piélagos, Polanco, Puente Viego, Reocín, Ribamontán al Mar, Ribamontán al Monte, Riotuerto, San Felices de Buelna, San Pedro del Romeral, San Roque de Riomiera, Santa Cruz de Bezana, Santa María de Cayón, Santander, Santillana del Mar, Santurde